

UDK 37

ISSN 2545 – 4439

ISSN 1857 - 923X

INTERNATIONAL JOURNAL

Institute of Knowledge Management

KNOWLEDGE



Scientific Papers

Vol. 28. 1.

SOCIAL SCIENCES

KNOWLEDGE IN PRACTICE



KIJ

Vol. 28

No. 1

pp. 1 - 388

Skopje, 2018

Global Impact & Quality Factor

1.322 (2016)

<http://globalimpactfactor.com/knowledge-international-journal/>

KNOWLEDGE



INTERNATIONAL JOURNAL

SCIENTIFIC PAPERS

VOL. 28.1.

December, 2018

KNOWLEDGE – International Journal

Vol. 28.1

December, 2018

INSTITUTE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT

SKOPJE, MACEDONIA



KNOWLEDGE

International Journal Scientific papers Vol. 28.1.

ADVISORY BOARD

Vlado Kambovski PhD, Robert Dimitrovski PhD, Siniša Zarić PhD, Maria Kavdanska PhD, Venelin Terziev PhD, Mirjana Borota – Popovska PhD, Cezar Birzea PhD, Ljubomir Kekenovski PhD, Veselin Videv PhD, Ivo Zupanovic, PhD, Savo Ashtalkoski PhD, Svetlana Trajković PhD, Zivota Radosavljević PhD, Laste Spasovski PhD, Mersad Mujevic PhD, Nonka Mateva PhD, Rositsa Chobanova PhD, Predrag Trajković PhD, Dzulijana Tomovska PhD, Nedzat Koraljić PhD, Nebojsa Pavlović PhD, Nikolina Ognenska PhD, Baki Koleci PhD, Lisen Bashkurti PhD, Trajce Dojcinovski PhD, Jana Merdzanova PhD, Zoran Srzentić PhD, Nikolai Sashkov Cankov PhD, Marija Kostic PhD

Print: GRAFOPROM – Bitola

Editor: IKM – Skopje

Editor in chief

Robert Dimitrovski, PhD

KNOWLEDGE - International Journal Scientific Papers Vol. 28.1.

ISSN 1857- 923X (for e-version)

ISSN 2545 – 4439 (for printed version)

SCIENTIFIC COMMITTEE

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

Vice presidents:

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

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

Prof. Venelin Terziev PhD, University of Rousse, Rousse (Bulgaria)

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

Members:

- Prof. Aleksandar Korablev PhD, Dean, Faculty for economy and management, Saint Petersburg State Forest Technical University, Saint Petersburg (Russian Federation)
- Prof. Azra Adajlic – Dedovic PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Anita Trajkovska PhD, Rochester University (USA)
- Prof. Anka Trajkovska-Petkoska PhD, UKLO, Faculty of technology and technical sciences, Bitola (Macedonia)
- Prof. Alisabri Sabani PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Ahmad Zakeri PhD, University of Wolver Hampton, (United Kingdom)
- Prof. Ana Dzumalievva PhD, South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Branko Sotirov PhD, University of Rousse, Rousse (Bulgaria)
- Prof. Branko Boshkovic, PhD, College of Sports and Health, Belgrade (Serbia)
- Prof. Branimir Kampl PhD, Institute SANO, Zagreb (Croatia)
- Prof. Baki Koleci PhD, University Hadzi Zeka, Peja (Kosovo)
- Prof. Branislav Simonovic PhD, Faculty of Law, Kragujevac (Serbia)
- Prof. Bistra Angelovska, Faculty of Medicine, University “Goce Delcev”, Shtip (Macedonia)
- Prof. Cezar Birzea, PhD, National School for Political and Administrative Studies, Bucharest (Romania)
- Prof. Cvetko Andreevski, Dean, Faculty of Tourism, UKLO, Bitola (Macedonia)
- Prof. Drago Cvijanovic, PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
- Prof. Dusan Ristic, PhD Emeritus, College of professional studies in Management and Business Communication, Novi Sad (Serbia)
- Prof. Dimitar Radev, PhD, Rector, University of Telecommunications and Post, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Daniela Todorova PhD, Rector of “Todor Kableshev” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Dragan Kokovic PhD, University of Novi Sad, Novi Sad (Serbia)
- Prof. Dragan Marinkovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)
- Prof. Daniela Ivanova Popova PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Dzulijana Tomovska, PhD, Dean, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (Macedonia)
- Prof. Evgenia Penkova-Pantaleeva PhD, UNWE -Sofia (Bulgaria)
- Prof. Fadil Millaku, PhD, Rector, University “Hadzi Zeka”, Peja (Kosovo)
- Prof. Fatis Ukaj, University “Hasan Prishtina”, Prishtina (Kosovo)

-
- Prof. Georgi Georgiev PhD, National Military University “Vasil Levski”, Veliko Trnovo (Bulgaria)
 - Prof. Halit Shabani, PhD, University “Hadzi Zeka”, Peja (Kosovo)
 - Prof. Halima Sofradzija, PhD, University of Sarajevo, Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)
 - Prof. Haris Halilovic, Faculty of criminology and security, University of Sarajevo, Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)
 - Prof. Helmut Shramke PhD, former Head of the University of Vienna Reform Group (Austria)
 - Prof. Hristina Georgieva Yancheva, PhD, Rector, Agricultural University, Plovdiv (Bulgaria)
 - Prof. Hristo Beloev PhD, Bulgarian Academy of Science, Rector of the University of Rousse (Bulgaria)
 - Prof. Hristina Milcheva, Medical college, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
 - Prof. Izet Zeqiri, PhD, Academic, SEEU, Tetovo (Macedonia)
 - Prof. Ivan Marchevski, PhD, Rector, D.A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
 - Doc. Igor Stubelj, PhD, PhD, Faculty of Management, Primorska University, Koper (Slovenia)
 - Prof. Ivo Zupanovic, PhD, Faculty of Business and Tourism, Budva (Montenegro)
 - Prof. Ivan Petkov PhD, Rector, European Polytechnic University, Pernik (Bulgaria)
 - Prof. Isa Spahiu PhD, AAB University, Prishtina (Kosovo)
 - Prof. Ivana Jelik PhD, University of Podgorica, Faculty of Law, Podgorica (Montenegro)
 - Prof. Islam Hasani PhD, Kingston University (Bahrein)
 - Prof. Jova Ateljevic PhD, Faculty of Economy, University of Banja Luka, (Bosnia & Herzegovina)
 - Prof. Jove Kekenovski PhD, Faculty of Tourism, UKLO , Bitola (Macedonia)
 - Prof. Jonko Kunchev PhD, University „Cernorizec Hrabar“ - Varna (Bulgaria)
 - Prof. Jelena Stojanovic PhD, High medicine school for professional studies “Hipokrat”, Bujanovac (Serbia)
 - Prof Karl Schopf, PhD, Akademie fur wissenschaftliche forchung und studium, Wien (Austria)
 - Prof. Katerina Belichovska, PhD, Faculty of Agricultural Sciences, UKIM, Skopje (Macedonia)
 - Prof. Krasimir Petkov, PhD, National Sports Academy “Vassil Levski”, Sofia (Bulgaria)
 - Prof. Kamal Al-Nakib PhD, College of Business Administration Department, Kingdom University (Bahrain)
 - Prof. Lidija Tozi PhD, Faculty of Pharmacy, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (Macedonia)
 - Prof. Laste Spasovski PhD, Vocational and educational centre, Skopje (Macedonia)
 - Prof. Larisa Velic, PhD, Faculty of Law, University of Zenica, Zenica (Bosnia and Herzegovina)
 - Prof. Lujza Grueva, PhD, Faculty of Medical Sciences, UKIM, Skopje (Macedonia)
 - Prof. Lisen Bashkurti PhD, Global Vice President of Sun Moon University (Albania)
 - Prof. Lence Mircevska PhD, High Medicine School, Bitola, (Macedonia)
 - Prof. Ljubomir Kekenovski PhD, Faculty of Economics, UKIM, Skopje (Macedonia)
 - Prof. Ljupce Kocovski PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (Macedonia)
 - Prof. Marusya Lyubcheva PhD, University “Prof. Asen Zlatarov”, Member of the European Parliament, Burgas (Bulgaria)
 - Prof. Maria Kavdanska PhD, Faculty of Pedagogy, South-West University Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
 - Prof. Maja Lubenova Cholakova PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)

-
- Prof. Mirjana Borota-Popovska, PhD, Centre for Management and Human Resource Development, Institute for Sociological, Political and Juridical Research, Skopje (Macedonia)
 - Prof. Mihail Garevski, PhD, Institute of Earthquake Engineering and Engineering Seismology, Skopje (Macedonia)
 - Prof. Misho Hristovski PhD, Faculty of Veterinary Medicine, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (Macedonia)
 - Prof. Mitko Kotovchevski, PhD, Faculty of Philosophy, UKIM, Skopje (Macedonia)
 - Prof. Milan Radosavljevic PhD, Dean, Faculty of strategic and operational management, Union University, Belgrade (Serbia)
 - Prof. Marija Topuzovska-Latkovikj, PhD, Centre for Management and Human Resource Development, Institute for Sociological, Political and Juridical Research, Skopje (Macedonia)
 - Prof. Marija Knezevic PhD, Academic, Banja Luka, (Bosnia and Herzegovina)
 - Prof. Margarita Bogdanova PhD, D.A.Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
 - Prof. Mahmut Chelik PhD, Faculty of Philology, University “Goce Delchev”, Shtip (Macedonia)
 - Prof. Marija Mandaric PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
 - Prof. Mustafa Kacar PhD, Euro College, Istanbul (Turkey)
 - Prof. Marina Simin PhD, College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci (Serbia)
 - Prof. Miladin Kalinic, College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci (Serbia)
 - Prof. Mitre Stojanovski PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (Macedonia)
 - Prof. Miodrag Smelcerovic PhD, High Technological and Artistic Vocational School, Leskovac (Serbia)
 - Prof. Nadka Kostadinova, Faculty of Economics, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
 - Prof. Nenad Taneski PhD, Military Academy “Mihailo Apostolski”, Skopje (Macedonia)
 - Prof. Nevenka Tatkovic PhD, Juraj Dobrila University of Pula, Pula (Croatia)
 - Prof. Natalija Kirejenko PhD, Faculty For economic and Business, Institute of Entrepreneurial Activity, Minsk (Belarus)
 - Prof. Nikolay Georgiev PhD, “Todor Kableshkov” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
 - Prof. Nikolina Ognenska PhD, Faculty of Music, SEU - Blagoevgrad (Bulgaria)
 - Prof. Nedzat Korajlic PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
 - Prof. Nishad M. Navaz PhD, Kingdom University (India)
 - Prof. Oliver Iliev PhD, Faculty of Communication and IT, FON University, Skopje (Macedonia)
 - Prof. Oliver Dimitrijevic PhD, High medicine school for professional studies “Hipokrat”, Bujanovac (Serbia)
 - Prof. Paul Sergius Koku, PhD, Florida State University, Florida (USA)
 - Prof. Primoz Dolenc, PhD, Faculty of Management, Primorska University, Koper (Slovenia)
 - Prof. Predrag Trajkovic PhD, JMPNT, Vranje (Serbia)
 - Prof. Petar Kolev PhD, “Todor Kableshkov” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
 - Prof. Pere Tumbas PhD, Faculty of Economics, University of Novi Sad, Subotica (Serbia)
 - Prof. Rade Ratkovic PhD, Faculty of Business and Tourism, Budva (Montenegro)
 - Prof. Rositsa Chobanova PhD, University of Telecommunications and Posts, Sofia (Bulgaria)
 - Prof. Rumen Valcovski PhD, Imunolab Sofia (Bulgaria)
 - Prof. Rumen Stefanov PhD, Dean, Faculty of public health, Medical University of Plovdiv (Bulgaria)

- Prof. Sasho Korunoski, Rector, UKLO, Bitola (Macedonia)
- Prof. Sashko Plachkov PhD, Faculty of Pedagogy, University Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Sreten Miladinovski, PhD, Faculty of Economics, University of Tourism and Management, Skopje (Macedonia)
- Prof. Snezhana Lazarevic, PhD, College of Sports and Health, Belgrade (Serbia)
- Prof. Stojan Ivanov Ivanov PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Snezana Stoilova, PhD, High Medicine School, Bitola, (Macedonia)
- Prof. Stojna Ristevska PhD, High Medicine School, Bitola, (Macedonia)
- Prof. Suzana Pavlovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)
- Prof. Sandra Zivanovic, PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
- Prof. Shyqeri Kabashi, College “Biznesi”, Prishtina (Kosovo)
- Prof. Trayan Popkochev PhD, Faculty of Pedagogy, South-West University Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Todor Krystevich, Vice Rector, D.A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
- Prof. Todorka Atanasova, Faculty of Economics, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
- Doc. Tatyana Sobolieva PhD, State Higher Education Establishment Vadiym Getman Kiyev National Economic University, Kiyev (Ukraine)
- Prof. Tzako Pantaleev PhD, NBUniversity , Sofia (Bulgaria)
- Prof. Tihomir Domazet PhD, President of the Croatian Institute for Finance and Accounting, Zagreb (Croatia)
- Prof. Violeta Dimova PhD, Faculty of Philology, University “Goce Delchev”, Shtip (Macedonia)
- Prof. Volodymyr Denysyuk, PhD, Dobrov Center for Scientific and Technological Potential and History studies at the National Academy of Sciences of Ukraine (Ukraine)
- Prof. Valentina Staneva PhD, “Todor Kableshkov” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Vasil Zecev PhD, College of tourism, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Venus Del Rosario PhD, Arab Open University (Philippines)
- Prof. Yuri Doroshenko PhD, Dean, Faculty of Economics and Management, Belgorod (Russian Federation)
- Prof. Zlatko Pejkov, PhD, Faculty of Agricultural Sciences, UKIM, Skopje (Macedonia)
- Prof. Zivota Radosavljevik PhD, Dean, Faculty FORCUP, Union University, Belgrade (Serbia)
- Prof. Zorka Jugovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)

EDITORIAL REVIEW BOARD

Each paper is reviewed by the editor and, if it is judged suitable for this publication, it is then sent to two referees for double blind peer review. After the positive outcome of the double blind peer review process, the paper is published in this journal.

The editorial review board is consisted of 45 members, full professors in the fields 1) Natural and mathematical sciences, 2) Technical and technological sciences, 3) Medical sciences and Health, 4) Biotechnical sciences, 5) Social sciences, and 6) Humanities from all the Balkan countries and the region.

Contents

CONTEMPORARY EDUCATION AND THE CHALLENGES OF THE FUTURE	17
Zhaneta Stoykova.....	17
CONTRIBUTION OF EDUCATION TO SOCIAL CAPITAL DEVELOPMENT	25
Vojislav Ilić.....	25
Igor Novaković	25
Slobodan Cvetanović	25
ETHICAL STANDARDS AS FUNDAMENTAL BASIS FOR QUALITY AND ORIGINALITY OF SCIENTIFIC RESEARCH WORK	31
Miodrag S. Ivanovic.....	31
Aleksandra Penjisevic.....	31
THE E-LEARNING PLATFORM AS A BASIS FOR DIDACTICAL DIVERSIFICATION OF TRAINING	41
Ivan Merdzhanov	41
THE ABSORPTIVE CAPACITY OF KNOWLEDGE AND NEW TECHNOLOGIES IN COMPANIES FROM KOSOVO.....	49
Herolinda Murati-Leka	49
THE POSITION AND PERSPECTIVES OF CREATIVE INDUSTRIES IN BALKAN COUNTRIES..	55
Damaschin Mariana	55
COACHING AS A STRATEGIC MANAGEMENT TOOL	63
Velislava Nikolaeva.....	63
INTERIM MANAGEMENT: KEY POINTS FOR SUCCESS	69
Şermin Şenturan.....	69
EXPLORING THE INTERNAL STRENGTHS AND WEAKNESSES OF THE ORGANIZATION	73
Venelin Terziev.....	73
Marin Georgiev.....	73
SOURCES OF THE POWER AND THE AUTHORITY OF MANAGERS.....	79
Vojo Belovski	79
Biljana Todorova	79
KNOWLEDGE IN PRACTICE	85
Ilona Zenker	85
AN EMPIRICAL INVESTIGATION OF SELECTED FACTORS DETERMINING THE LABOUR PRODUCTIVITY IN MACEDONIA	89
Predrag Trpeski.....	89
Marijana Cvetanoska	89
THE DETERMINING FACTORS OF THE BRAIN DRAIN IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA AND ITS EFFECTS ON THE ECONOMY OF THE COUNTRY	97
Andrijana Ristovska.....	97
Marija Magdinceva Sopova	97
Kiril Postolov	97
Saso Josimovski.....	97
THE IMPACT AND THE ROLE OF THE SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ON THE EMPLOYMENT IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA	105
Snezana Bardarova.....	105
Marija Magdincheva-Shopova.....	105
Monika Markovska	105
Bozhidar Milenkovski.....	105

EMPIRICAL ANALYSIS OF THE EFFECTS OF FDI ON THE ECONOMIC GROWTH: CASE OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA	111
Liza Alili Sulejmani	111
FDI AS A SOURCE OF DEVELOPMENT CAPITAL	117
Jovica Palashevski	117
APPROACH TO THE ANALYSIS OF THE ENTERPRISE’S CAPITAL STRUCTURE	121
Rositsa Ivanova	121
EMPIRICAL ANALYSIS OF EFFECTS OF INCOME TAX ON ECONOMIC GROWTH OF WESTERN BALKAN COUNTRIES.....	129
Luljeta Sadiku	129
Merale Fetahi-Vehapi	129
Murat Sadiku.....	129
FINANCIAL CONTROLLING IN THE SYSTEM OF FINANCIAL MANAGEMENT.....	137
Petya Yordanova – Dinova	137
MONETARY POLICY IN SMALL OPEN ECONOMY	143
Trajanka Makrevska.....	143
Gorica Popovska Nalevska	143
MURABAHA-CONTEMPORARY BANKING TREND WITH LIMITED USAGE IN THE MACEDONIAN FINANCIAL SYSTEM.....	147
Nada Petrusheva.....	147
Metin Akiti.....	147
CONTROL AND MAINTENANCE OF THE ACCOUNTING SYSTEMS.....	153
Husnija Bibuljica	153
FINANCIAL CRISIS AND INTERNATIONAL INDEBTEDNESS	159
Trajanka Makrevska.....	159
FINANCIAL MANAGEMENT IN ECONOMIC GROWTH OF TRANSITION COUNTRIES: IN KOSOVO WILL BE SPECIAL.....	165
Baki Koleci	165
THE IMPORTANCE AND THE ROLE OF INTRODUCTION OF ECOLOGICAL ACCOUNTING IN THE FUNCTION OF MANAGEMENT OF ENVIRONMENTAL PROTECTION	171
Tijana Milanović.....	171
Zdravka Petković	171
Gordana Stojmenović.....	171
ADVANTAGES OF FRANCHISE SYSTEM FOR DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP ...	177
Marina Jovičević Simin	177
Slobodan Živkucin	177
OPPORTUNITIES TO INTEGRATE IN BULGARIA THE BEST PRACTICES FROM THE USA MODEL OF PRIVATE ENTREPRENEURSHIP HEALTH INSURANCE SYSTEM	183
Yordanka Tasheva	183
ENVIRONMENTAL MODEL OF ENTREPRENEURSHIP IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT FUNCTION WITH GLOBALIZATION CONDITIONS	189
Jovana Radulović	189
Tijana Milanović.....	189
Radica Jovanović	189
BIG DATA ADOPTION IN SELECTED COMPANIES OF THE RETAIL SECTOR IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA.....	195
Dimitar Jovevski	195
Marina Mijoska.....	195
Kalina Trenevaska Blagoeva	195

ADVERTISING IN THE CONTEXT OF EMPATHY.....	201
Kamen Kirilov	201
BRAND AND BRANDING AS IMPORTANT MANAGEMENT PRIORITIES	209
Snezana Ristevska – Jovanovska	209
Marija Magdincheva – Shopova	209
MARKET AND MARKET STRUCTURES OF DIGITAL PRODUCTS.....	217
Marko Janković.....	217
Dejan Dimitrijević	217
Raica Milićević	217
THE CONNECTION BETWEEN ADVERTISING MESSAGES WITH DIFFERENT LEVEL OF FEAR AND EMOTIONS ACCORDING TO AGE AND SEX.....	223
Radica Veljanova.....	223
DETERMINANTS OF TRANSITIONAL PROCESSES IN MONTENEGRO - GENESIS AND CONSEQUENCES OF MANAGEMENT ASPECT	231
Rajko Novičević.....	231
Nikola Abramović.....	231
DIAGNOSTICING OF STYLES OF MANAGING IN CONFLICT SITUATIONS	235
Elenica Sofijanovna	235
Krume Nikoloski.....	235
Goran Krsteski	235
THE NEW INTERNATIONAL CHAMBERS OF THE PARIS COURTS – INNOVATIVE WAY FOR RESOLUTION OF COMMERCIAL DISPUTES.....	241
Ljuben Koccev.....	241
INDUSTRIAL RELATIONS, POLITICAL DEMOCRACY AND MARKET ECONOMY	247
Krume Nikoloski.....	247
Vlatko Paceskoski.....	247
CONCEPTS AND MODELS IN SOCIAL POLICY	251
Venelin Terziev.....	251
Preslava Dimitrova.....	251
HOW TO REINFORCE THE SOCIAL PREVENTION	259
Biljana Todorova	259
STAGES IN SOCIAL POLICY DEVELOPMENT	265
Venelin Terziev.....	265
Preslava Dimitrova.....	265
SOCIAL POLICY DEVELOPMENT AT THE BEGINNING OF 21ST CENTURY	273
Venelin Terziev.....	273
Preslava Dimitrova.....	273
IMPROVING THE EFFICIENCY AND COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATIONS IN THE APPLICATION OF BENCHMARKING.....	279
Milena Tepavicharova	279
THE OPPORTUNITIES OF GAMIFICATION IN BUSINESS PLANNING TRAINING	285
Borislav Borissov.....	285
COMMUNICABLE COMPETENCE AND MANAGEMENT OF CONFLICTS IN THE HEALTH MANAGER'S ACTIVITY.....	291
Nikola Georgiev.....	291
FINANCIAL ASPECTS OF HEALTH PROTECTION	297
Slobodan Cvetanović	297
Sretko Ribać.....	297
Danijela Despotović.....	297

FINANCIAL STATEMENTS IN HEALTH CARE	305
Igor Tanturovski.....	305
ANALYSIS OF CONDITION AND POSSIBILITIES FOR IMPROVING OF FINANCIAL MANAGEMENT OF HEALTHCARE IN BULGARIA	309
Stoyanka Petkova - Georgieva.....	309
Yordanka Tasheva	309
ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT STRATEGIES	315
Venelin Terziev.....	315
Marin Georgiev.....	315
REGIONAL POLICY IN REPUBLIC OF MACEDONIA IN CONTEXT OF EU INTEGRATION POLICIES	323
Marija Karaeva.....	323
Savo Ashtalkoski	323
Slavcho Chungurski.....	323
TRANSITION ECONOMIES PROBLEMS WITH SPECIFIC FOCUS ON DEALING WITH SCALE OF CORRUPTION: CASE STUDY – KOSOVO.....	329
Ariana Xhemajli.....	329
MANAGEMENT IN BUSINESS.....	335
Blerim Shehu	335
WORKING CONDITIONS AS MOTIVATION FOR EMPLOYEES	341
Hava Qarri.....	341
Jusuf Fejza	341
THE PROFILE OF A LEADER AND HIS LEDERSHIP	345
Ali Hajro	345
THE MEANING OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP FOR DEVELOPMENT OF LOCAL SELF- GOVERNMENT.....	351
Sandra Risteska.....	351
INNOVATIONS IN BULGARIAN ENTERPRISES	357
Rositsa Chobanova.....	357
INNOVATIONS AS NEW COMBINATIONS IN TOURISM	367
Deyan Andreyevic	367
Daryan Boykov	367
Snežana Mitić.....	367
TOURISM AS A COMPOSITION OF ECONOMIC SCIENCES AND THE ECONOMIC PROCESS.....	371
Vladimir Kitanov	371
TOURISM, AN OPPORTUNITY FOR THE INTEGRATION OF THE CROSS-BORDER REGION “STRUG-GOLLOBORD”	375
Artan Lila.....	375
MOUNTAIN TOURISM AS A OPPORTUNITY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TETOVA MUNICIPALITY.....	379
Hisen Xhemaili	379
Agron Nuhiu	379
NATURAL CONDITIONS AS POTENTIAL TOURISM VALUES IN THE REPUBLIC OF KOSOVO	385
Bedri Millaku	385
Adem Dreshaj	385
Afrim Selimaj.....	385

CONTEMPORARY EDUCATION AND THE CHALLENGES OF THE FUTURE

Zhaneta Stoykova

Faculty of Education, Trakia University – Stara Zagora, Bulgaria, jj_stoykova@yahoo.com

Abstract: Contemporary education functions and develops in the context of globalisation, each of whose indications imprints on it its own projections, determining the essence of its change. The digitalisation of education and its active involvement in the global communication and information space provides new channels for knowledge and learning as well as for carrying out transformations in the sphere of education. Distance learning is one of those opportunities that allow a wide range of stakeholders to gain access to university and other educational courses and programmes without spacetime constraints. The continuing education framework, as a product of informatisation, is also a consequence of the development of the global processes in the economy, which subject it to commodity-money relations.

The ongoing process of internationalisation of education has a number of other manifestations such as: increasing educational migration to economically more developed countries, introducing uniform international qualifications and common standards in education, introducing a list of regulated professions, creating favourable conditions for international educational mobility, etc.

These positive changes, dictated by the processes of creating a global educational space, are accompanied by some negative trends such as: decline in motivation to learn as a result of their ossification of education, lack of educational policy in the training of mid-level professionals, inequality in the opportunities for access to quality educational services by low-income social groups, commercialisation of education, and so on.

A number of contemporary researchers recommend effective approaches to addressing these issues, beginning with a requisite reflection on the indisputable reform of cognition on knowledge that must emerge from its fragmentation and affirm a complex rationality. The focus of attention is placed on the capabilities and limitations of human knowledge, and utmost to the so-called ‘middle-strip of reality’ in which cognitive abilities are manifested, on the reduction and pseudo-rationality of contemporary knowledge, on hyper-specialisation, and on road mapping knowledge transformation into modern culture.

Keywords: contemporary educational space, internationalisation of education, digitalisation of education, uniform educational standards

СЪВРЕМЕННОТО ОБРАЗОВАНИЕ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВАТА НА БЪДЕЩЕТО**Жанета Стойкова**

Педагогически факултет при Тракийски университет, e-mail:jj_stoykova@yahoo.com

Абстракт: Съвременното образование функционира и се развива в условията на глобализация и всяка една нейна индикация дискриптира свои проекции върху него, които определят същността на неговата промяна. Информатизацията на образованието и активното му въвличане в сферата на глобалното комуникационно пространство предоставя нови възможности за познание и обучение, както и за осъществяване на преобазуванията в сферата на образованието. Дистанционната форма на обучение е една от тези възможности, които позволяват на широк кръг заинтересовани лица да получат достъп до университетските и други образователни курсове и програми без пространствено-времеви ограничения. Системата на непрекъснато образование като продукт на информатизацията е също следствие от развитието на глобалните процеси в икономиката, които го подчиняват на стоково-паричните отношения.

Извършващият се процес на интернационализация на образованието има и редица други проявления като: увеличаване на образователния миграционен поток към икономически по-развитите страни, въвеждане на единни международни квалификационни изисквания и общи стандарти в образованието, въвеждане на списък на регулираните професии, създаване на условия за международна образователна мобилност и други.

Тези положителни изменения, продиктувани от процесите на създаване на международно образователно пространство, се съпътстват в същото време и от някои негативни тенденции като: спад на мотивацията за учене в резултат на масовизацията на образованието, липса на образователна политика по отношение на

обучението на кадри от среден изпълнителски ешелон, неравенство във възможностите за ползване на качествени образователни услуги от страна на слаборесурсните социални групи, комерсиализация на образованието и т. н.

Редица съвременни изследователи предлагат ефективни подходи за решаване на посочените проблеми като препоръчват да се започне от един необходим размисъл върху безспорната реформа на мисленето върху познанието, което трябва да излезе от фрагментарността и да утвърждава една комплексна рационалност. Фокусът на вниманието се поставя върху възможностите и границите на човешкото познание, като се обръща внимание върху т. н. „средна ивица на реалността“, в която се проявяват когнитивните способности, върху редуцията и псевдорационалността на съвременното познание, върху хиперспециализацията както и върху очертаването на пътища за трансформация на познанието в съвременна култура.

Ключови думи: съвременно образователно пространство, интернационализация на образованието, информатизация на образованието, единни образователни стандарти

Съвременното образование функционира и се развива в условията на глобализация, която е свързана със засилване на взаимодействията на икономическите системи и създаването на транснационални мрежи в сферата на производството, търговията, финансите, технологиите и т. н. Тези процеси видоизменят формата на националните икономики и осигуряват тяхното функциониране на ново глобално цивилизационно равнище. Според Мартин Олброу тази посока на световното развитие води до редица последици, за които е трудно еднозначно да се определи тяхното положително или отрицателно въздействие върху бъдещото съществуване на човешкия социум, а те са именно: глобални екологически последици от съвкупността на човешките въздействия; загуба на сигурност в ситуация, в която оръжието се характеризира с глобална разрушителност; глобалност на комуникационните системи; възникване на глобална икономика; рефлексивност на глобализма, при който хора и групи от различен вид разглеждат земята в качеството на рамка, в която различни хора и групи разглеждат земното кълбо в качеството на рамка за налагане на своите убеждения[1:14].

Глобализацията не се ограничава в сферата на икономиката, а обхваща различни аспекти на социалния живот и това води до съществени социокултурни измерения. В процеса на глобализацията участват всички социални сфери на живот- икономиката, политиката и правото, както и семейството и образованието. Всяка една индикация на глобализацията дискриптира свои проекции в сферата на образованието, които определят същността на преобразуванията в образователната среда, техният характер и динамиката на реализацията им.

Настоящите тенденции в развитието на образованието са отговор на глобалното предизвикателство, който се изразява в трансформирането на самата система, посредством внедряването на нови стратегии, нови форми на преподаване и обучение, които получават най-ярък израз в разпространението на интеркултурното и мултикултурното образование[2:37].

Сериозно въздействие върху целевата и съдържателната същност на образованието, върху неговите модели и форми и използвани методи оказва развитието на информационните технологии, появата на нови канали и системи за комуникация като една от водещите тенденции на глобалната епоха. Истинско предизвикателство към изходните предпоставки и предпоставки на класическото образование е информатизацията на образованието и активното му въвличане в сферата на глобалното комуникационно пространство, което предоставя нови възможности за познание и обучение. Дистанционната форма на обучение е една от тези възможности, които позволяват на широк кръг заинтересовани лица да получат достъп до университетските и други образователни курсове и програми, чрез които да придобият необходимите им знания, без да бъдат ограничени от пространствено-времевите или други условия. Дистанционните технологии на обучение дават възможност да се преодолеят бариерите и препятствията при получаване на образование, позволяват да се повиши неговото качество посредством достъпа към големи информационни бази данни и чрез използването на комуникационните мрежи да се развият ефективни форми на образователно и научно взаимодействие. Тези синергетични връзки между субектите в образователния процес позволяват да се повиши качеството на получените знания, умения и компетенции. По думите на Р. Jarvis новата информационна вълна и разгръщането на процесите на информатизацията в епохата на глобализма съществено променят формулата на обществото, превръщайки го в „общество на познанието“-learning society. Същият автор разглежда процесите на информатизацията като възможност за осъществяване на преобразувания в сферата на образованието, тъй като техните принципи могат да се пренасят в по-малко развити общества, например с помощта на международните корпорации[3:346].

М. К. Горшков твърди, че утвърждаването на новия формат на икономика и общество, основаващи се на знанието детерминират такива образователни практики, които се регулират от пазара на труда и носят непрекъснат характер, именно поради факта на изменение на характера на продукта на производството от материален към интелектуален. Това неминуемо изисква разработването и приемането на подхода към непрекъснато образование, неговите принципи и методология. Според неговото мнение, в каквато степен знанието се превръща в всеобща, конвертируема стока, непрекъснатото обучение и образование получават статус на социална технология, която осигурява разпространението и съществуването на тези знания в такова качество и състояние, които са необходими за развитието на обществото на даден етап[4:31].

Системата на непрекъснато образование като продукт на информатизацията е също следствие от развитието на глобалните процеси в икономиката, които превръщат образованието в стока и го подчиняват на стоково-паричните отношения. Необходимостта да се реагира на търсенето на пазара и потребителските очаквания води до възникването на нови, различни от традиционните образователни структури и институции. Появяват се нови участници на пазара на образованието в лицето на крупни корпорации, които създават специализирани образователни центрове и учебни бази за повишаване на квалификацията на сътрудниците си. Значително нараства печалбата от платените образователни услуги и това особено се забелязва в икономически развитите страни, където се увеличава броят на студентите. Това води до капиталови инвестиции в сферата на образованието и засилва неговата комерсиализация и отраслова значимост. В резултат на това значително се увеличава броят на частните образователни институции-училища, лицей и университети. Според мнението на Т. Б. Земляная тези явления ясно говорят за задълбочаващата се диверсификация на образованието, която предполага организация на нови образователни учреждения и отдръпване от унифицираната система на държавното образование. В същото време този процес е свързан с изземване на образователни функции от обществени структури, с въвеждането на нови курсове и дисциплини, на нови направления на обучение и създаването на междудисциплинарни програми. Променя се процедурата за приема в образователните институции, набирането на учещи и настъпват сериозни промени в системата на управление на образованието, структурата на образователните институции и финансирането им[5:23].

Заедно с това редица автори като Г. Танев, Хр. Макаков подчертават, че обсъжданите процеси в образованието са свързани с развитието на една противоположна тенденция. Според тях, глобалната икономика и растящата взаимосвързаност между икономическите системи засилват стремежа към универсалност на образователните системи[6:33]. Цитираните и други изследователи имат остатъчно основание да твърдят, че подобно „размиване“ на границите води към унификация, която променя формата на националните образователни системи в съответствие с външните доминиращи модели.

Други автори изразяват мнение, че подобно копиране на опита и образователните модели на други страни може да се разглежда като възможност за допълнително развитие и обогатяване на националните образователни системи.

Каквото и мнение да защитават различните изследователи, неоспорим е фактът, че се извършва процес интернационализация на образованието, който има редица проявления. Йтози процес се изразява в увеличаването на образователния миграционен поток във връзка с възможността от продължаване на образованието в други страни, а също така и поради засиления миграционен поток от редица страни към икономически по-развитите.

В редица страни се въвеждат единни международни квалификационни изисквания, общи стандарти в образованието, въвежда се списък на регулираните професии. Наред с това световни университети и образователни консорциуми се превръщат в двигатели на глобалното образование чрез реализиране на услуги по гарантиране на конвертируемост на дипломи, сертификати и други образователни документи. Институционализира се предлагането на световни образователни продукти и услуги и тези дейности се реализират от организации, чиято дейност апликира моделите на функциониране на транснационалните корпорации. Тези структури от своя страна представляват източници на международни връзки, мрежи и контакти, които допълват модела на научното и образователно взаимодействие.

Международната образователна мобилност е един от тези най-разпространени и влиятелни инструменти на съвременното транснационално образование и наука. Това са образователни практики, които придобиват все по-масов характер и засягат както студенти, така и преподаватели. Оказва се, че в последно време този процес засяга не само сферата на висшето образование, но в него са включени всички равнища и степени на образование и всички институционални системи и подструктури.

Една от целите на международната образователна програма „Учене през целия живот“ (Lifelong Learning Programme) е реализиране на проекта за европейската интеграция в сферата на образованието.

Това е един от пътищата за създаване на единно образователно пространство, при което обаче не се извършва симбиоза на най-добрите идеи на формиращите го национални образователни системи, а се всички те се приравняват към западноевропейския стандарт. В този смисъл отчасти можем да се съгласим с мнението на Е. В. Лавренцова, че „се осъществява преформатиране и тотална смяна на кода на традиционните образователни системи“, тъй като този извод е валиден само за икономически по-слабите и периферни страни на европейското общество[1:40].

Влиянието на световните икономически процеси върху образованието очертава още няколко вектора на взаимовръзки. Първият от тях е свързан с реструктуриране на икономиката на базата на увеличаването на дела на наукоемките отрасли и разширяването на ИТ-сектора. Този процеси неминуемо водят до повишаване на производителността на труда и конкурентноспособността. Това от своя страна е свързано с рязкото съкращаване на непригодните за новите условия на труд кадри и изисква тяхното преквалифициране. Тези нови условия налагат предприемането на необходими и достатъчни промени в образователната система, които неминуемо водят до изменение на професионалната и квалификационна структура на населението.

В следствие на необходимостта да се поддържа и увеличава ръстът и ефективността на производството се появява и необходимостта от повишаване на равнището на образование и усъвършенстване и обновяване на квалификационните умения. Това настойчиво изисква и неминуемо води до усъвършенстване на системата на образование и обучение като отговор на новите икономически условия на живот.

В този смисъл М. Carrou твърди, че реформата на образованието трябва да удовлетворява държавните интереси и очакванията на обществото в съответствие с националния икономически ръст[7:38].

Цветан Илиев поддържа мнението, че в съвременната общество образователно-квалификационните характеристики на работните места в информационно-обслужващата система на икономическите отношения поставят нови изисквания към качеството на човешкия капитал[8: 88–89].

Потребността да се осигури развитието на високо конкурентни национални икономики и геоикономическите структури води до засилване на конкуренцията на световния пазар на образованието. Според мнението на А. Л. Андреев в условията на остра стратегическа борба за съвкупния световен интелект именно политиката в областта на образованието все повече се превръща в един от направленията на глобалната конкуренция между отделните страни, цивилизации и интеграционни обединения[9:175].

Въпреки така очертаната оптимистична картина на просперитет на съвременното образование в неговото настоящо развитие се генерират редица проблеми или както А. Адлер твърди онова, което ни прави силни, води и до нашите неуспехи. Ориентацията на моделите на образованието към синергетиката днес едва ли може да се оспори. Проблемът е в аргументацията и в търсенето на нова идентичност на съвременните общества. Смяната на приоритетите в образованието се приема като нещо естествено и логично, без да се отчита потребността от радикална реформа на образователната система, която да е адекватна на обществото на знанието.

Стремежът към осигуряване на конкурентни преимущества прониква навсякъде и приема различни форми като създаване на привлекателен институционален имидж, влиятелни брандове, световни и национални рейтингови системи, най-вече в сферата на висшето образование. Този процес има нееднозначен характер и неговата негативна страна е свързана със задълбочаване на дистанцията между страните, които представляват по техните определения ядрото на световната образователно пространство и тези, които се намират в неговата периферия. А в същото време именно в образователните системи на така наречените периферни страни се развиват процеси на ускорена модернизация и изпреварващо развитие.

Има автори, които определено защитават позицията за предимствата на масовизацията на висшето образование, но това е само една от възможните гледни точки. В много от университетите, особено в националните именно масовизацията довежда до снижаване на изискванията и критериите за подбор на студенти, дотам че се преминава една морална бариера, след която се обезценяват усилията на академичните преподаватели и принципите на академията като цяло. Прякото следствие от този процес е, че във висшите училища влизат недостатъчно грамотни, незнаещи и немотивирани млади хора, които за съжаление като че ли предават това отношение и на останалите. Така академията възпроизвежда неграмотност и я оторизира с издаването на иначе стикирани дипломи.

Развитието на висшето училище неминуемо е свързано и с подготовката на кадри в средното училище, което също натрупва свои проблеми. Въпреки стандартите за грамотност и въвеждането на държавни зрелостни изпити като форма налице е все по-нарастваща функционална неграмотност у младите хора, съгласно резултатите от последните изследвания в България. Много време младите хора престояват в чата за да пишат, но все по-неграмотно.

Липсва подготовка на добри изпълнителски кадри от среден ешалон, специалисти завършващи техникуми и професионални гимназии. Почти изчезват кадри, които са подготвени да изпълняват такива професии като шлосер, стругар, формовчик, налатчик, заварчик и т. н.

В. Терзиев твърди, че проблемът, който стои за разрешаване, е свързан както с определянето на реалните потребности от професионално обучение по професии, специалности и степени на квалификация, така и с качеството на предлаганото професионално обучение. В тази връзка от особено значение е факторът - състояние на пазара на услуги по професионално образование и обучение. В тази сфера също е налице дисбаланс - от една страна, предлагането на услуги за обучение значително надвишава търсенето на такива, от друга страна, предлаганите услуги за обучение като качество, видове и тематика се разминават с търсенето[10:170]

Един друг проблем, който произтича от съвременното състояние на образованието и на който обръща внимание Е. В. Лавренцова е неравенството в образованието. Колкото и парадоксално да звучи, въпреки непознатото досега високо равнище на масовизация, въпросът за достъпа до образованието и справедливото разпределение на възможностите за получаване на знания, придобиване на умения и квалификация, развитие и усъвършенстване на духовно-нравствената природа неизменно излиза на преден план. Авторът Лавренцова твърди, че проблемът за /не/ равенството се изостря и вследствие на това, че образованието се оказва в състояние да обслужва разнообразни цели и потребности на индивида и съответно да бъде капитал за инвестиране[11:159].

Въпросът за съотношението между достъпността и качеството на образованието продължава да запазва своята остра актуалност и значимост в обществената полемика. Съществува сериозна необходимост от развитието на образователната система по посока на предоставяне на по-широки възможности за ползване на качествени образователни услуги от страна на слаборесурсните социални групи. Той остава актуален не само за развиващите се страни, но и занай-развитите държави. В САЩ или Канада представителите на определенималцинствени расови етнокултурни и т. н. общности се ползват с известни преференциални условия и предимства при приема във висшите училища. Подобни практики де факто представляват признаване на невъзможността да бъде осигурено равно равнище на образование за всички категории ученици.

Като напомня, че достъпността предполага равни шансове и стартови възможности за получаване на качествено образование на всички равнища и за всички ученици независимо от техния пол, семеен произход, социално-икономически или културен статус, Е. В. Лавренцова твърди, че днес съществуват редица сериозни ограничения и бариери към достъпа до образованието. Авторът дефинира две основни измерения на неравенството. Първото измерение на неравенството, според нея е свързано с редица ограничения за мнозина граждани в достъпа до качествено образование, като резултат от драстичното нарастване на социалната диференциация и стратификация в българското общество, още по-засилено се възпроизвеждат в полето на образованието. Социалната диференциация и неравенството в образованието нарастват с увеличаване обема на платените услуги, ръста на образователните учреждения, предоставящи образователните си услуги на комерческа основа, увеличаване на образователната сегрегация и т. н. Всички тези промени непосредствено се отразяват върху социално-образователните шансове на слабоосигурените и низкодоходните слоеве от населението.

Второто измерение на неравенството в сферата на образованието има скрит характер и отложено действие. То се отнася до възможностите, които се появяват или трябва да се появят у човека на определен етап от развитието на неговия човешки потенциал при достигане на едно или друго образователно равнище. Практиката показва, че в условията на съвременна България тези възможности и предимства също се оказват силно диференцирани у представителите на различните социални групи и слоеве. Изследванията показват, че в при сегашните условия в България тези възможности и предимства също се оказват силно диференцирани у представителите на различните социални групи и слоеве и съществуващите стратегии на образователното поведение само ги засилват.

Високата степен на социалното неравенство в системата на българското училищно образование се потвърждава и от данните на проучванията, представени в едно от последните издания за международно оценяване на учениците – PISA 20152). Съответното ниво на (не)равенството в образованието в рамките на тази система за оценяване се измерва чрез анализа на постиженията на учениците при едновременно отчитане на социално-икономическия им статус. Резултатите от тези проучванията, показват, че средно в държавите от ОИСР 28,8% от учениците успяват да преодолеят негативното въздействие на социално-икономическата среда и да постигнат високи образователни резултати, делът на българските ученици с нисък социално-икономически статус и високи постижения е сравнително по-малък – 13,2%[11: 167-169].

Отговорът на въпросът „Какво да се направи“ е бил винаги рисков и нееднозначен, доколкото бъдещето на образованието зависи не само от идеите на неговите експерти, но и от икономически, политически, социални и други фактори. И все пак такива идеи все по-ясно вече се очертават, най-вече на фона на това, какви са световните тенденции за промяна.

Докато в началото на 21 век и в неговото първо десетилетие абсолютно господства идеята за глобализма, то напоследък в световен план все повече политически субекти започват да изпитват скептицизъм в абсолютната правота и всеобща полезност на тази концепция. Пораждат се идеите за многополюсен свят, многополюсно мислене и развитие с отчитане на приоритетно на интересите на народите, особено на тези, които досега са се развивали или по-скоро са били „изтласквани“ в периферния свят.

Предвид на тези тенденции все повече изследователи и анализатори приемат идеята за необходимостта от промяна. Един от пионерите в това отношение е Едгар Морен, който внушава идеята за един необходим размисъл върху безспорната реформа на мисленето върху познанието. Според него то трябва да излезе от фрагментарността и да утвърждава една комплексна рационалност, която е във връзка с природния свят.

Днес сред учащите както в средното училище така и във висшата школа се наблюдава сериозна демотивация за същностно учене. Стремещт е по-скоро да се стигне до крайният формален резултат-дипломата, не винаги с цената на най-моралните средства. Причините за тези явления са различни, но една от тях е огромната количество несъщностна, периферна информация, която получават учащите и която не води до формиране на знания, умения и компетентности, но ангажира и претовара познавателната сфера. Това означава, че съвременната образователна система не е стигнала до устойчиви изводи за необходимото и достатъчното от необятната база данни в информационното пространство, което ще доведе до същностно учене. Така на преден план се поставя проблемът за възможностите и границите на човешката познание. Ед. Морен разсъждава върху т. н. средна ивица на реалността, в която се проявяват когнитивните способности. Това е всичко, което засяга границите на познанието, понятията за крайност и за това, което е непостижимо. Ученето е съюз между познатото и непознатото. Един от най-важните проблеми според автора е този за екзистенциалността на познанието. Тя представлява процес на множествоно ангажиране на конкретното същество във всяко познание.[12]

Ед. Морен обръща внимание върху науките за възпитанието и образованието. Те според него остават амбивалентни по отношение на един качествен скок, защото са прекалено силно свързани с миналото и прекалено се придържат към това, което е вече познато. Това „познато“ понякога се разбира като легитимно, но много често то лишава хората от свободата да рискуват да видят „новото“, което застава пред тях и което винаги малко или много ги тревожи[13:78].

Науките за образованието не биха могли да останат дълго време безпристрастни към проблема за „новото“, защото той навлиза в училищата и университетите. В момента подходите към неговото решаване са различни. Един директор разрешава дадено поведение, а неговият наследник или ръководителят на подобна институция утвърждава тъкмо противоположната позиция. Най-типичният пример е с арабските забрадки.

Всеки нов министър на образованието предлага някаква нова аргументация по посока на правото на смисъла. Всеки защитава единствено представата, която той има за образованието. Така Ед. Морен засяга проблема за моделите на идентичността в образованието, принос върху анализа на който имат и българските учени Хр. Салджиев, Хр. Танев, Ив. Димитров и др. Съвременното познание трябва да мобилизира всичко онова, което се знае относно света, а не да се приема една единствена или малка група образователни парадигми като единствено правилно и свършени. Съвременното образование трябва да стимулира естествената склонност на разума да поставя и разрешава същностни проблеми, да насърчава пълното използване на общия интелект, свързан със свободното упражняване на способностите и любознателността, които са най-силно изявиени в детството и юношеството.

Глобалната образователна парадигма много често задушава плурализма и многополюсното мислене. За да стимулира общата интелигентност на индивидите, образованието на бъдещето трябва едновременно да използва съществуващите познания, да преодолява съответните антиноми, които са провокирани от прогреса в специализираните познания и в същото време да разпознава лъжливата рационалност.

Едгар Морен открива основните проблеми на съвременното образование в тяхното разкъсване, в затворената специализация, в редуцията и псевдорационалността[14].

Големият прогрес в откритията през XX-ти век е извършен съобразно специализациите на дисциплините, но тези постижения са разпръснати. От тази гледна точка има много пречки, които не позволяват прилагането на надеждното познание в днешните образователни системи. Тези системи са разкъсали от една страна връзките между хората, а от друга са разделили науките на дисциплини, които са станали хиперспециализирани и поради това затворени в себе си. По този начин фундаменталните проблеми са изнесени извън дисциплинарите науки.

В днешно време хората са свидетели на неясно развитие на техническите науки с доминиращия принцип на изкуствения интелект над човека. Така се създава една империя на на механичната мисъл, която парцелира реалиите, а това води до ерата на човешката катастрофа.

По думите на В. А. Лекторский, Ед. Морен предчувства процеса на трансформация на научното познание в съвременната култура, като води до нов тип интеграция на естествените науки и науките за човека, като по този начин поставя под съмнение аксиоматично предопределеното различие на техните методи [15:88].

Разкъсването на дисциплини прави невъзможно да се схване това, което е създадено заедно, т. т. съобразно понятието комплекс, комплексност. Специализираното познание е една особена форма на абстракция, тя е изваждане на един обект от неговия контекст и от неговата цялост, като се отхвърлят връзките и различните обущвания с неговата среда. Фрагментарните дисциплини създават изкуствени граници, произволно счупват систематичността на научните феномени. По този начин икономиката като социално-математическа наука има днес водеща позиция, но от социална и човешка гледна точка тя е най-назад, защото се абстрахира от социалните, историческите, психологическият и екологическите условия, които са неделими от икономическите дейности. Ето защо нейните експерти са все по-неспособни да интерпретират причините и последиците от валутните и борсовите сътресения, те са неспособни да предвидят икономическите проблеми. И изведнъж икономическата грешка се превръща в първа последица на икономическата наука.

Тъй като съвременното образование учи обучаващите се да разделят, да изолират, а не да свързват своите познания, цялостта на тези познания предствлява един пъзел, който има гибелен за интелекта мисловен характер. Така съвременното образование предопределя един начин на мислене и начин на формиране на интелекта, който, според Ед. Морен е погубващ.

Парадоксът е в това, че съвременното образование създава гигантски прогрес във всички области на човешкото познание и във всички области на техниката, като същевременно произвежда една нова слепота относно глобалното мислене.

Така както Едгар Морен е почувствал това, всички ние имаме отговорността да отправим своите разсъждения- предупреждения към образователните организации и институции, към органите и лицата, управляващите образователните процеси и системи на различни равнища, за да им оставим своите „стъпки в снега“ и да ги накараме да мислят за Бъдещето.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Олброу М. Глобалната епоха / М. Олброу. – С. : Обсидан, 2001. – 366 с.
- [2] Лавренцова, Е. В. Глобализация и ее проекции в сфере образования. Наукові записки. Випуск 121(1), Серія Педагогічні науки, 2013
- [3] Jarvis P. Globalization, the Learning Society and Comparative Education / P. Jarvis // Comparative Education. – 2000. – Vol.36. – No.3. – P. 343–355.
- [4] Горшков М. К. Непрерывное образование в контексте модернизации / М. К. Горшков, Г. А. Ключарев. – М. : ИС РАН, ФГНУ ЦСИ, 2011. – 232 с.
- [5] Земляная Т. Б. Россия в мировом образовательном пространстве: информационно-аналитический материал / Т. Б. Земляная, О. Н. Павлычева. – М. : ИНИПИ РАО, 2011. – 141 с.
- [6] Танев Г. Синергетика и образование / Г. Танев, Хр. Макаков. – Стара Загора: СД Контраст, 2007. – 134 с.
- [7] Carnoy M. Globalization and educational reform: what planners need to know / M. Carnoy. – Paris : UNESCO International Institute for Education Planning, 1999. – 96 p.
- [8] Илиев Цв. Висшето образование в България и икономическите детерминанти на XXI век / Цв. Илиев. – С. Диалог, 2009. – № 2. – с. 85–94.
- [9] Андреев А. Л. Российское образование в глобальной перспективе / А. Л. Андреев // Россия реформирующаяся: Ежегодник-2011. – Вып. 10. – М. ; СПб. : Институт социологии РАН, Нестор-История, 2011. – С. 164–201.

- [10] Терзиев В. Политики и инструменти за социално развитие. Академия за иновации и устойчивост. Пловдив, 2018
- [11] Лавренцова Е. Неравенство в системата на училищното образование. Сп. Педагогика, изд. АзБуки, год. ХС, кн. 2, 2018
- [12] Морен Е. Мислещата глава. Полис. 2000
- [13] Стойкова Ж. Едгар Морен и синергетичното мислене. Г. Танев, Хр. Макаков, Хр. Салджиев, Ж. Стойкова. Синергетика и образование. Стара Загора, СД Контраст, 2007
- [14] Morin Ed. Les sept saviors' necessities a l' education du future. UNESCO, 1999
- [15] Лекторский В. А. Трансформации научного знания в современной культуре/А. В. Лекторский. Синергетическая парадигма. Прогресс, 2007

CONTRIBUTION OF EDUCATION TO SOCIAL CAPITAL DEVELOPMENT

Vojislav Ilić

University of Kragujevac, Faculty of Philology and Arts, Kragujevac vilicdva@gmail.com

Igor Novaković

High School of Professional Studies in Blace, Blace igornovakovic@me.com

Slobodan Cvetanović

University of Niš, Faculty of Economics, Republic of Serbia, Niš

slobodan.cvetanovic@eknfak.ni.ac.rs

Abstract: During the last decade of the last century, the concept of capital in scientific literature has been significantly expanded. Namely, for decades, the belief that the category of capital includes only visible resources has been modified in terms of extending its comprehensiveness to intangible resources, such as human and social capital. Human capital encompasses knowledge, skills, competencies and characteristics embodied in the individual, which enable the creation of personal, social and economic well-being, while social capital represents the capital of cooperation, interaction, mutual trust and help. When it comes to education, the ability to acquire the necessary knowledge, skills and competences is crucial for the economic and social progress of individual countries. Unlike physical capital that is completely tangible, human and social capital are intangible. Recent approaches, as components of human capital, in addition to education and the level of health status of the population, outline the characteristics of people and societies that have an impact on the effects of work, including factors of ability, motivation and culture, etc. Some experts extend the content of human capital to individual characteristics of people such as creativity, innovation, motivation, attitudes (about life, business, etc.), diligence, responsibility, perseverance, self-initiative, communication success, problem solving, critical thinking, self-study, flexibility and adaptability. The paper considers the contribution of education as one of the basic and absolutely indisputable component of human capital to the development of social capital. It has come to the conclusion that countries with high education of the population tend to become richer and to invest more and more resources in the development of their own processing system. Therefore, in current business conditions in the process of creating human capital, the importance of activities focused on lifelong education and professional development is especially important. Both types of capital are developing in close interdependence. The increase in human capital corresponds significantly to the development of social capital. On the contrary, social capital represents an essential premise of increasing the efficiency of human capital. Moreover, there is not a small number of authors who regard certain attributes of social capital as human capital components. Considering the contribution of education as a component of human capital to the development of social capital, it can be concluded that education does so because it helps young people to recognize their duties as members of society, promote civil and social engagement of people and influence human behavior. Citizens with higher education have a high degree of civic and social engagement. The educated people are much more involved in their communities and take practical steps to improve the welfare of communities in which they live contributing, among other things, to the development of social capital.

Keywords: human capital, education, knowledge, social capital

DOPRINOS OBRAZOVANJA UVEĆANJU DRUŠTVENOG KAPITALA

Vojislav Ilić

Univerzitet u Kragujevcu, Filološko umetnički fakultet, Kragujevac, Republika Srbija,

vilicdva@gmail.com

Igor Novaković

Visoka poslovna škola Blace, Blace, Republika Srbija, igornovakovic@me.com

Slobodan Cvetanović

Univerzitet u Nišu, Ekonomski fakultet, Niš Republika Srbija,

slobodan.cvetanovic@eknfak.ni.ac.rs

Rezime: Tokom poslednje decenije prošlog veka, koncept kapitala u naučnoj literaturi kategorijalno je značajno proširen. Naime, decenijama unazad uvreženo mišljenje da kategorija kapitala obuhvata isključivo vidljive resurse je modifikovano

u smislu proširenja njegove obuhvatnosti na neopipljive resurse, poput ljudskog i društvenog kapitala. Ljudski kapital obuhvata znanje, veštine, kompetencije i osobine otelotvorene u pojedincu, koje omogućavaju stvaranje ličnog, društvenog i ekonomskog blagostanja, dok društveni kapital predstavlja kapital saradnje, međusobnog delovanja, uzajamnog poverenja i pomoći. U društvu znanja, mogućnost sticanja neophodnih znanja, veština i sposobnosti je od ključnog značaja za ekonomski i društveni napredak pojedinih zemalja. Za razliku od fizičkog kapitala koji je potpuno opipljiv, ljudski i društveni kapital su neopipljivog karaktera. Noviji pristupi kao komponente ljudskog kapitala, pored obrazovanja i nivoa zdravstvenog stanja populacije, navode osobine ljudi i društva, koje deluju na efekte rada, uključujući i faktore sposobnosti, motivacije i kulture itd. Pojedini stručnjaci proširuju sadržaj ljudskog kapitala na individualne karakteristike ljudi kao što su: kreativnost, inovativnost, motivacije, stavovi (o životu, o poslovanju itd.), marljivost, odgovornost, upornost, samoinicijativnost, uspešnost u komunikaciji, sposobnost rešavanja problema, kritičko promišljanje, samostalno učenje, fleksibilnost i adaptibilnost. U radu se sagledava doprinos obrazovanja kao jedne od osnovnih i apsolutno nespornih komponenti ljudskog kapitala razvoju društvenog kapitala. Pošlo se od konstatacije da zemlje sa visokom obrazovanošću populacije imaju tendenciju da postanu bogatije i da ulažu sve veća sredstva u razvoj vlastitog obrazovnog sistema. Zato u današnjim uslovima privređivanja u procesu kreiranja ljudskog kapitala posebno dobijaju na značaju aktivnosti usmerene na celoživotno obrazovanje i stručni korespondira sa razvojem društvenog kapitala. I suprotno, društveni kapital predstavlja esencijalnu premisu povećanja efikasnosti ljudskog kapitala. Štaviše, nije mali broj autora, koji na određene attribute društvenog kapitala gledaju kao na komponente ljudskog kapitala. Sagledavajući doprinos obrazovanja, razvoju društvenog kapitala, došlo se do zaključka da ono to čini zahvaljujući omogućavanju mladim ljudima da prepoznaju svoje dužnosti kao članova društva, pospešivanju građanskog i društvenog angažmana stanovništva. Građani sa višim stepenom obrazovanja imaju i visok stepen građanske i društvene angažovanosti. Obrazovaniji su mnogo više uključeni u svoje zajednice i preduzimaju praktične korake da unaprede blagostanje društva u kojima žive doprinoseći time, pored ostalog, i razvoju društvenog kapitala.

Ključne reči: ljudski kapital, obrazovanje, znanje, društveni kapital

1. UVOD

Ljudski kapital se formira kroz proces učenja u raznim institucijama (obrazovne ustanove, porodica, preduzeće). Kombinacija znanja, veština i sposobnosti je individualan, a ne uniforman proces. Analiza kreiranja i korišćenja ljudskog kapitala mora uzeti u obzir uticaj mnogobrojnih društvenih institucija: škola, tržišta rada, društvene zajednice, itd.

Obrazovanje je postalo svojevrsni centar društva znanja, a školovanje njegova ključna institucija. Ova tvrdnja sve više dobija na značaju u vodećim svetskim kompanijama. Stvarna konkurentna prednost kompanija biće njihova sposobnost da uče brže i bolje od konkurencije, da sakupljaju, dele i stalno uvećavaju znanje.

Društveni kapital čine institucije, odnosi, stavovi i vrednosti koje upravljaju međuljudskim interakcijama i koje doprinose privrednom i šire društvenom razvoju. Dobrim delom je rezultat pravnog, političkog i institucionalnog ambijenta u kome ekonomski akteri funkcionišu, odnosno obavljaju svoje funkcije i realizuju ciljeve. Reč je o kapitalu trajnih i u određenom stepenu institucionalizovanih odnosa između pojedinaca i organizacija, koji olakšavaju aktivnosti i doprinose kreiranju ekonomskih vrednosti.

Društveni kapital podržava ekonomski razvoj, pre svega, omogućavajući transakcije između pojedinaca, domaćinstava i grupa. Učešće pojedinaca u društvenim mrežama povećava dostupnost informacija i smanjuje njihovu cenu. Primer tih informacija, bile bi informacije o cenama pojedinih proizvoda na tržištu, pojavi novih tržišta, finansijskim izvorima, novim radnim mestima, pouzdanosti određenog trgovca i sl. Sudelovanje u lokalnim mrežama i uzajamno poverenje olakšavaju jednoj grupi da donesi odluku i realizuje kolektivnu akciju.

Moguće je zapaziti i neke osobenosti društvenog kapitala, koje su slične ostalim vrstama kapitala. Najpre, njegovo uvećanje podrazumeva određena ulaganja, ako ne uvek u novčanoj formi, a ono uvek u obliku vremena i rada. Potom, društveni kapital ima svoju ulogu u stvaranju ekonomskih vrednosti. Značajno uvećava efikasnost prenosa znanja i veština iz jednih u druge delove organizacije ili iz jednih sredina u druge. Ekonomska funkcija društvenog kapitala ogleda se u smanjenju transakcionih troškova, vezanih za mehanizme formalnog usklađivanja kao što su: ugovori, hijerarhije, birokratska pravila. Nijedan ugovor ne može da predvidi svaku pojedinost koja može da iskrse između strana.

2. OBRAZOVANJE KAO KOMPONENTA LJUDSKOG KAPITALA

Po Geriju Bekeru, laureatu Nobelove nagrade za ekonomiju, ljudski kapital predstavlja skup ljudskih sposobnosti

koje mu daju mogućnost dobijanja dohotka¹. Ova vrsta kapitala ponaša se kao i svaki drugi kapital, što znači da podrazumeva investicije (materijalne izdatke) za uvećanje i održavanje funkcije, koristi se u proizvodnji roba i usluga i razumljivo ima određeni rok upotrebe.

Za uobličavanje koncepta ljudskog kapitala velike zasluge pripadaju američkom istraživaču Teodoru Šulcu². Po Šulcu, investicije u ljudski kapital predstavljaju najunosnija ulaganja. One su u proseku za tri do četiri puta profitabilnije u poređenju sa investicijama u fizički kapital³. Ovaj autor je došao do zaključka da je tokom šezdesetih godina prethodnog veka u SAD više uloženo u ljudski nego u fizički kapital, što je bilo od presudne važnosti za sticanje vodeće pozicije američke privrede u svetu. U epicentru ove teorije nalazi se stav po kome je stopa ekonomskog rasta direktno zavisna od stope rasta investicija u obrazovanje. „Ekonomska važnost poboljšanja kvaliteta stanovništva je velika, jer je doprinos ljudskog kapitala produktivnosti rastući po širini i dubini. Svojstva stečenog kvaliteta stanovništva, koja predstavljaju vrednost i koja se investicijama uvećavaju, komponuju ljudski kapital, čiji svaki element, koji se stiče u vidu kvaliteta, sadrži određenu količinu utroška i ulaganja za sticanje dodatnog ljudskog kapitala“⁴. Šulc tvrdi da uvećanje vrednosti ljudskog kapitala duguje javnim i privatnim investicijama u obrazovanje i trening ljudi.

Novija pojmovna određenja ljudskog kapitala neuporedivo su obuhvatnija u poređenju sa konvencionalnim koja kao njegove najvažnije komponente označavaju obrazovanje, veštine i zdravlje. Noviji pristupi kao komponente ljudskog kapitala navode osobine ljudi i društva, koje deluju na efekte rada, uključujući i faktore poput sposobnosti, motivacije i kulture. Pojedini stručnjaci proširuju sadržaj ljudskog kapitala na individualne karakteristike ljudi kao što su: kreativnost, inovativnost, motivacije, stavovi (o životu, o poslovanju itd.), marljivost, odgovornost, upornost, samoinicijativnost, uspešnost u komunikaciji, sposobnost rešavanja problema, kritičko promišljanje, samostalno učenje, fleksibilnost i adaptabilnost.

U svim definicijama ljudskog kapitala znanje predstavlja njegovu ključnu odrednicu. Znanje je skup ideja, iskustva, intuicija, veština i učenja, koja se koriste u kreiranju nove vrednosti. Cilj je usmeriti znanje ka uvećanju produktivnosti. Ispostavilo se, da ulaganje u znanje u savremenim uslovima privređivanja označava najisplativiju investiciju. Najrazvijenije zemlje sveta su danas države koje imaju visoko učešće izdataka na ime obrazovanja u strukturi bruto domaćeg proizvoda

Može se reći da je znanje postalo odlučujući faktor poslovnog uspeha i konkurentne prednosti savremenih kompanija. Razvijene zemlje su se tokom poslednjih tridesetak godina okretale procesima koji su podrazumevali manju upotrebu jednostavnog rada, sirovina, energije, uz paralelno rastuće korišćenje novih naučnih rešenja i sve sofisticiranije opreme.

Ekonomska vrednost ljudskog kapitala zavisi od njegovog doprinosa kreiranju vrednosti roba i usluga. Pri tome se stalno mora imati u vidu činjenica da je principijelno moguće, da pojedine komponente ljudskog kapitala budu visoko vrednovane u određenom vremenu i u konkretnoj sredini, a da u drugim uslovima one gotovo u potpunosti izgube na značaju.

Relativna vrednost pojedinih komponenti ljudskog kapitala dobrim delom zavisi od faze ekonomskog i društvenog razvoja zemlje u kojoj se sagledava njihovo značenje. U današnjim uslovima privređivanja u procesu kreiranja ljudskog kapitala posebno dobijaju na značaju aktivnosti usmerene na celoživotno obrazovanje i stručno usavršavanje.

U kompetenciji ljudskog kapitala je apliciranje novih znanja u svakodnevnoj praksi. Stoga nije čudo da ovaj oblik kapitala permanentno povećava svoje učešće u strukturi ukupnog kapitala u svim savremenim privredama.

Na nivou privrede, fond ljudskog kapitala ni izdaleka nije prosta suma pojedinačnih znanja, veština i iskustava pojedinaca. U realnim uslovima privređivanja, obim i način na koji će znanje i veštine biti ekonomski svrsishodno upotrebljene u velikoj meri su određeni veličinom društvenog kapitala.

3. KONCEPT DRUŠTVENOG KAPITALA

Poreklo koncepta društvenog kapitala ekonomisti nalaze u delu Adama Smita, posebno imajući u vidu njegovu analizu značaja podele i specijalizacije rada. Smit je u svom delu istakao značaj lične slobode u stvaranju bogatstva pojedinih nacija, pri čemu je eksplicirao stanovište po kome vrlina pojedinaca nije neophodna za efikasno funkcionisanje privrede u celini. Budući da pojedinac kontinuirano ispoljava težnju ka maksimiziranju svoje korisnosti, nepoverenje nužno postaje osnovni postulat u analizi ponašanja pojedinaca kao ekonomskih subjekata.

¹ Becker, G. (1993) *Human Capital*, University of Chicago Press.

² Schultz, T. (1961) Investment in Human Capital, *American Economic Review* 1, pp. 1–15.

³ Schultz, T. (1985) Ulaganje u ljude, CEKADE, Zagreb, str. 13.

⁴ Ibid., str. 19-20.

Po Patnamu, društveni kapital čine atributi organizacije društva poput poverenja, normi, a takođe i najraznovrsnijih mreža, koji mogu da unaprede društvenu efikasnost putem koordinisane akcije⁵. Odnosi među ljudima imaju vrednost i određeni potencijal za razvoj, kako za pojedince koji su uključeni u mnogobrojne društvene veze, tako i za grupe i čitavu zajednicu. Patnam pravi distinkciju između *bonding* i *bridging* društvenog kapitala. *Bonding* društveni kapital reprezentuje snagu odnosa u kojima ljudi ispoljavaju brigu i podršku jedni drugima (sličnost po polu, starosnom dobu, etničkoj, rasnoj pripadnosti). *Bridging* oblik društvenog kapitala dizajnira odnose između različitih društvenih grupa, omogućavajući pojedincima sticanje određenih sposobnosti izvan njihove uobičajene grupe.

Najznačajniji elementi društvenog kapitala su *društvene mreže*, *društvene norme*, *poverenje* i *reciprocitet*. Ovi elementi omogućuju ljudima da ostvaruju sinergetski efekat putem zajedničkog rada i stvaranjem najrazličitijih poslovnih partnerstava. Drugim rečima, radi se o osobinama društvenih organizacija kao što su mreže, norme i poverenje, koje olakšavaju koordinaciju i saradnju u cilju dolaženja do zajedničkih koristi. "Društvene veze i odnosi, koji su u osnovi društvenog kapitala otvaraju mogućnosti za pristup različitim resursima. Resursi koji se mogu kreirati uz pomoć različitih društvenih veza su raznovrsni: informacije, ideje, poslovne mogućnosti, preporuke, saveti, kapital itd."⁶.

Činjenica je da u svakoj proizvodnoj aktivnosti pored fizičkog i ljudskog učestvuje i društveni kapital. Društveni kapital se vezuje za grupe, a ne za pojedince. Udruživanje s drugim pojedincima omogućuje kolektivno delovanje. Pojedinci kroz različite organizacije, udruženja, društvene mreže itd. stiču iskustva saradnje, uspostavljaju lične kontakte i ostvaruju interese koji se ne mogu ostvariti isključivo individualnim delovanjem. Ova komponenta kapitala povezana je sa poverenjem i reciprocitetom.

Najčešće se kao tri oblika društvenog kapitala navode: *strukturni*, *relacioni* i *kognitivni* društveni kapital. Premda se ovi oblici društvenog kapitala međusobno podržavaju, mogu postojati i nezavisno jedan od drugih.

Strukturni društveni kapital čine različite mreže, udruženja i institucije kao i pravila i procedure koje one uspostavljaju. *Relacioni* društveni kapital govori o kvalitetu povezanosti. *Kognitivni* društveni kapital čine stavovi i norme ponašanja, zajedničke vrednosti, poverenje i reciprocitet.

Uticaj društvenog kapitala ispoljava se preko gustih poslovnih mreža, koje podstiču ekonomsku saradnju i izgrađuju poverenje između ekonomskih subjekata. Društveni kapital, stvaran u preduzeću i između preduzeća, značajno smanjuje rizik i nesigurnost poslovanja, omogućuje razmenu vrednih informacija o proizvodima i tržištu i smanjuje troškove ugovaranja, regulacije i prinudne naplate. Kada je reč o ekonomskom razvoju moguće je pratiti uticaj društvenog kapitala na javni i privatni sektor, trgovinu, teritorijalnu pokretljivost radne snage, smanjenje nejednakosti u raspodeli dohotka. Stabilan i pravičan finansijski sistem predstavlja preduslov za održiv rast. Društveni kapital ima uticaj i na formalni i na neformalni finansijski sistem.

3.1. Značaj mreža za stvaranje društvenog kapitala

Mreže su komponenta društvenog života i one omogućuju akterima da efikasnije pristupe realizaciji brojnih zajedničkih ciljeva. Po gotovo jedinstvenom mišljenju istraživača mreže predstavljaju važnu pretpostavku za stvaranje društvenog kapitala⁷.

Proces stvaranja društvenih veza čini važnu karakteristiku koncepta društvenog kapitala. Pojedinci stiču društveni kapital tako, što sudeluju u neformalnim mrežama, registrovanim organizacijama, najrazličitijim udruženjima, kao i u mnogobrojnim društvenim pokretima.

Društveni kapital zapravo kreiraju, održavaju i uvećavaju temeljne osobenosti društvenog života, formalne i neformalne, horizontalne i vertikalne mreže odnosa u koje pojedinci stupaju, norme koje ih regulišu i uspostavljeni odnosi poverenja koji omogućuju pojedincima da efikasnije deluju u realizaciji zajedničkih ciljeva. Članstvo u različitim organizacijama pruža mogućnosti pojedincima da razviju zajedničke interese i prihvate zajedničke norme, što za rezultat ima viši nivo poverenja i razumevanja među ljudima. Učestvujući u brojnim mrežama i odnosima, pojedinci povećavaju vlastite izgleda da realizuju određena prava ili naknade na efikasniji način.

Mreža se može odrediti kao sistem odnosa i/ili kontakata koji povezuju firme i učesnike i čija sadržina može da se odnosi na materijalna dobra, informacije i tehnologiju. Sa aspekta ekonomske aktivnosti, mreža predstavlja skup odnosa između firmi i preduzetnika, koja olakšava razmenu roba, usluga i informacija. Pojam mreže odnosi se na transakcije u smislu reciprociteta. Takođe, pojam mreže obuhvata nezavisne relacije između učesnika i firmi.

⁵ Putnam, R. (1995) Bowling Alone: America's Declining Social Capital, *Jornal of Democracy*, No. 61, pp. 65-78.; Putnam, R. et. al. (1993), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton. University Press, Princeton.

⁶ Golubović, N. (2007) *Društveni kapital*, Ekonomski fakultet, Niš.

⁷ Barr, A. (1998). *Enterprise Performance and the Functional Diversity of Social Capital*, Center for the Study of African Economies, Oxford University, Oxford, June.; Stokman, F. N. (2004). Frame dependent modeling of influence processes. *Rational-Choice-Theorie in den Sozialwissenschaften. Anwendungen und Probleme*, 113-127.

Prisustvo u mrežama povećava šanse za dostizanje određenih ciljeva. Pritom, neformalne mreže čine kontakti sa porodicom, komšilukom, kolegama i prijateljima koji mogu pripadati istim ili različitim generacijskim, statusnim ili nacionalnim i konfesionalnim grupama. Formalne mreže čine prisustvo i aktivnost u političkim i organizacijama civilnog društva. Po pravilu, istovremena prisutnost u više organizacija jača mreže povezanosti i uvećava društveni kapital.

Uži pogled na društveni kapital posmatra ovaj kompleks kao stvaranje horizontalnih veza između ljudi, koje se sastoje iz društvenih mreža, i njima odgovarajućih normi, koje utiču na ekonomski i društveni razvoj. Društvene veze mogu povećati produktivnost, smanjujući troškove pojedinih ekonomskih aktivnosti.

U privredi se mreže pojavljuju kao neformalne veze (institucije) u već oblikovanim formalnim odnosima, koje dopunjuju, obogaćuju i jačaju postojeće veze i odnose. Najznačajnije karakteristike mreže u privredi se odnose na poverenje, odgovornost, tačnost.

Preduzetnička mreža je lična i poslovna mreža koju preduzetnik oblikuje u cilju ostvarenja svog preduzetničkog poduhvata. Obuhvata ideje, uputstva, poslovne mogućnosti, lakši pristup finansijskom kapitalu, poverenje, saradnju, moć, uticaj. U fazi generisanja ideje i započinjanja biznisa, preduzetnik je orjentisan na lične mreže sa članovima porodice, rođacima i prijateljima. Nakon toga, preduzetnik stvara formalne poslovne mreže, a društveni kapital postaje sastavna komponenta njegove organizacione kompetentnosti.

Sudjelovanje u mrežama i organizacijama je značajno, ali ono samo po sebi ne proizvodi poverenje. Primera radi, visoki nivo poverenja u skandinavskim zemljama je povezan sa izraženom etničkom homogenošću populacije, sa činjenicom da je većina stanovništva protestantske vere, i okolnošću da se radi o zemljama koje se karakterišu izrazito egalitarnom raspodelom bogatstva⁸.

Povećanje kompleksnosti i nesigurnosti poslovnog okruženja dovelo je, krajem prethodnog milenijuma do izraženijeg zanimanja ekonomista, sociologa i psihologa za koncept poverenja. U istraživanjima je retko sadržaj kategorije poverenja definisan jasno i nedvosmisleno.

3.2. Poverenje kao komponenta društvenog kapitala

Poverenje je jedan od najvažnijih elemenata svih poslovnih transakcija. U ekonomskoj literaturi pristup poverenju se uglavnom bazirao na posmatranju i analizi modela odnosa prodavac - kupac u kojima se uočava dejstvo nekoliko varijabli povezanih sa poverenjem, kao njegovi preduslovi, ili kao njegovi ishodi.

Postojanje visokog nivoa poverenja je od esencijalnog značaja za ekonomsku aktivnost, ali i šire gledajući, za društvenu i političku stabilnost. Poverenje u ovom slučaju nadilazi okvire porodične ili šire rodbinske lojalnosti. Ono označava spremnost na saradnju s nepoznatim osobama u okviru društvene zajednice. Poverenje pretpostavlja postojanje zajedničkih pogleda na društvene odnose i osećaj za opšte dobro.

Spremnost pridržavanja normi zavisi od toga, kako se drugi ponašaju u društvu i šta takvo ponašanje donosi pojedincima. U sredinama koje se odlikuju rasprostranjenim nepoštovanjem ključnih normi (posebno norme reciprociteta), kolektivno delovanje, koje se temelji na saradnji je, po pravilu, neefikasno.

Zahvaljujući poverenju, smanjuju se nepotrebni troškovi u ekonomskim odnosima i pospešuje delotvornost političkog sistema. Poverenje je važna pretpostavka funkcionisanja društva, ali je ono istovremeno i vrlo važan resurs za pojedinca. Zemlje koje imaju visok radijus poverenja istovremeno poseduju i značajan nivo društvenog kapitala, koji je preduslov ekonomskog prosperiteta. Ekonomske aktivnosti, koje se oslanjaju na buduće akcije pojedinih agenata, ostvaruju se uz niže troškove, ukoliko se realizuju u ambijentu koji karakteriše postojanje visokog nivoa poverenja. Suprotno, nizak nivo poverenja među ekonomskim agentima rezultiraće višim troškovima, i analogno nižom ekonomskom efikasnošću. Svaka komercijalna transakcija podrazumeva postojanje određenog nivoa poverenja. Sredine u kojima je nizak opšti nivo poverenja zaostaju u ekonomskom razvoju. Najjednostavnije, manjak poverenja deluje na rast cena pojedinih ekonomskih transakcija, bilo da je reč o pregovaranju, realizaciji kupoprodajnih ugovora ili pak, nadzoru. Suprotno, u društvima koja odlikuje visoki nivo poverenja ekonomski subjekti troše manje resursa kako bi zaštitili svoju imovinu u ekonomskim transakcijama. U njima, pisani ugovori su manje neophodni, i manje su detaljni. Društva koja se odlikuju niskim nivoom poverenja među agentima, po pravilu, imaju nepovoljnu inovacionu klimu. Usmeravajući raspoložive resurse na zaštitu svojinskih prava, sprečavanje prevare od strane zaposlenih, poslovnih partnera i države, preduzetnicima ostaje sve manje sredstava koja mogu usmeriti ka realizaciji aktivnosti povezanih sa pronalaženjem novih proizvoda, unapređenjem postojećih i povećanjem produktivnosti i ekonomske efikasnosti.

Društva u kojima postoji visok nivo poverenja, manje su zavisna od formalnih institucija koje se bave zaštitom svojinskih prava i ugovora. Takođe, u društvima u kojima su formalne institucije nerazvijene, visok nivo poverenja među transaktorima ima pozitivan efekat na obim ekonomskih transakcija i dobar je supstitut nerazvijenim ili neefikasnim državnim institucijama. U društvu sa visokim nivoom poverenja, kredibilitet državne administracije je veći, što ima

⁸ Hyggen, C. (2006) Risks and Resources: Social Capital among Social Assistance Recipients in Norway, *Social Policy & Administration* 5, pp. 493–508.

pozitivan efekat na investicije i obim ekonomske aktivnosti. Dalje, visok nivo poverenja u društvu nema samo pozitivan efekat na akumulaciju fizičkog, već posebno ima upliva na uvećanje ljudskog kapitala. U ovim društvima tržište znanja i rada je mnogo razvijenije. Suprotno, u društvima u kojima je nivo poverenja nizak, odluke o zapošljavanju u daleko najvećem stepenu se temelje na vezama i korupciji a manje na objektivnim kriterijima sposobnosti, kao što je to slučaj u društvima u kojima je nivo poverenja visok.

Društveni kapital se ne nalazi samo u lokalnim zajednicama, koje dele iste vrednosti i norme, već je takođe veoma razvijen na regionalnom nivou, gde će verovatno održati visok intenzitet interakcija⁹. U svetu globalizacije sa više kompleksnosti i pod pritiscima konkurencije, regioni sa ovakvim socijalnim kapitalom snižavaju troškove poslovanja i zadovoljavaju sve veću potrebu za koordinacijom između više specijalizovanih firmi.

Tržišni model apstrahuje poštenje agenata. Poverenje u neku osobu se stiče na osnovu poznavanja njenih sklonosti, veština, mogućih opcija i njihovih posledica. Dugoročno posmatrano, postoji jedan izuzetno važan element vezan za poverenje, a to je reputacija ili poslovni ugled.

Na drugoj strani, društveni kapital može imati izražene negativne ekonomske efekte. Širenje koruptivnih kanala i veza i čak politizacija kriminala i kriminalizacija su ilustrativni primeri mogućih negativnih aspekata društvenog kapitala.

4. ZAKLJUČAK

Ljudski kapital je ključni proizvodni resurs kojim raspolaže najveći deo populacije. Investiranja u obrazovanje i obuku doprinose rastu ekonomske efikasnosti. Mnogo je dokaza u prilog teze da ulaganja u obrazovanje i unapređenje zdravstvenog stanja populacije pozitivno utiču na ekonomski rast, kretanje prosečne produktivnosti rada i realni rast zarada. Postoji čvrsta korelacija između obrazovanja i zarada: više nivo obrazovanja implicira viši nivo najamnina, dok veće zarade, pored ostalog, motivišu ljude da se neprekidno obrazuju.

Na nivou privrede, fond ljudskog kapitala ni izdaleka nije prosta suma pojedinačnih znanja, veština i iskustava pojedinaca. U realnim uslovima privređivanja, obim i način na koji će znanje i veštine biti ekonomski svrsishodno upotrebljeni u velikoj meri su određeni veličinom društvenog kapitala.

Obrazovanje kao jedna od osnovnih komponenti ljudskog kapitala na najrazličitije načine doprinosi različitim aspektima ekonomskog i društvenog razvoja pojedinih zajednica: demokratiji, građanskim pravima, raspodeli dohotka, zdravlju, ishrani, smanjenju siromaštva. Sve se više, u skladu s pristupom bazičnih potreba, obrazovanje priznaje kao elementarna potreba koja pomaže u zadovoljavanju drugih potreba i unapređenju kvaliteta života.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Agirre, A., Lizarralde, I., Altuna Erle, R. & Grellier, H. (2009) Building up an innovation region through cooperative experiences. *Pôle Sud*, 31(2), 71-86.
- [2] Barr, A. (1998). Enterprise Performance and the Functional Diversity of Social Capital, Center for the Study of African Economies, Oxford University, Oxford, June.
- [3] Becker, G. (1993) Human Capital, University of Chicago Press.
- [4] Golubović, N. (2007) Društveni kapital, Ekonomski fakultet, Niš.
- [5] Putnam, R. (1995) Bowling Alone: America's Declining Social Capital, *Jornal of Democracy*, No. 61, pp. 65-78.; Putnam, R. et. al. (1993), Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy, Princeton. University Press, Princeton.
- [6] Schultz, T. (1961) Investment in Human Capital, *American Economic Review* 1, pp. 1–15.
- [7] Schultz, T. (1985) Ulaganje u ljude, CEKADE, Zagreb.
- [8] Stokman, F. N. (2004). Frame dependent modeling of influence processes. *Rational-Choice-Theorie in den Sozialwissenschaften. Anwendungen und Probleme*, 113-127.

⁹ Agirre, A., Lizarralde, I., Altuna Erle, R. & Grellier, H. (2009) *Building up an innovation region through cooperative experiences*. *Pôle Sud*, 31(2), 71-86.

ETHICAL STANDARDS AS FUNDAMENTAL BASIS FOR QUALITY AND ORIGINALITY OF SCIENTIFIC RESEARCH WORK

Miodrag S. Ivanovic

ECPD – European Center for Peace and Development, Belgrade, Serbia, miodrag.ivanovic@gmail.com

Aleksandra Penjisevic

FAM – Faculty of Management, Sremski Karlovci, Serbia, aleksandra_penjisevic@yahoo.com

Abstract: Ethics and ethical standards are very important and cover the most diverse areas: education, medicine, sports, finance, the media and other scientific fields. The ethics and its applications provokes variety of dilemmas, debates and challenges that are presented everywhere: education - plagiarism, false degrees, low standard, lack of original research; media – reality programs, bad taste, vulgarity; society and economy - inequality, nepotism, lack of gender equality, racism and nationalism, tax evasion; pharmacy - new drugs, subjective and unprofessional research on the effects and consequences of their taking; medicine - cloning, inventing new organisms and so on. When we talk about education today, it seems that we are somehow more than ever in a crisis of application and respect of ethical norms. Ethical standards and their practical application and authentication in the procedure of ethical forms should be universal for all universities and institutions. This is only reasonable approach to provide a high academic and professional standard, usefulness and practical application of results of research in industry and public sector, excellence, quality and originality of research.

Keywords: ethical standards, ethical forms, research proposal, high education

ETIČKI STANDARDI SU OSNOVNA PRETPOSTAVKA KVALITETA I ORIGINALNOST ISTRAŽIVAČKOG RADA

Miodrag S. Ivanović

ECPD – Evropski centar za mir i razvoj, Beograd, Republika Srbija, miodrag.ivanovic@gmail.com

Aleksandra Penjišević

FAM – Fakultet za menadžment, Sremski Karlovci, Republika Srbija aleksandra_penjisevic@yahoo.com

Rezime: Etika i etički standardi su veoma važni i obuhvataju najrazličitije oblasti: obrazovanje, medicinu, sport, finansije, medije i druge naučne oblasti. Primena etike izaziva mnoštvo dilema, debata i izazova koji su svuda prisutni: obrazovanje – plagiranje, lažne diplome, nizak standard, manjak originalnih istraživanja; mediji – rijaliti programi, loš ukus, vulgarnost; društvo i privreda – nejednakost, nepotizam, manjak rodne ravnopravnosti, rasizam i nacionalizam, utaja poreza; farmacija – novi lekovi, subjektivna i neprofesionalna istraživanja oko efekata i posledica njihovog uzimanja; medicina – kloniranje, izmišljanje novih organizama i tako dalje. Kada govorimo o obrazovanju danas, čini se da se nekako više nego ikada nalazimo u krizi oko primene i poštovanja etičkih normi. Etički standardi i njihova praktična primena i provera u obliku etičkih formi bi trebala da bude univezalna za sve univerzitete i institucije. Jedino se na taj način može obezbediti visok akademski i profesionalni standard, korisnost i praktična aplikativnost rezultata istraživanja u industriji i javnom sektoru, izuzetnost i originalnost istraživanja.

Ključne reči: etički standardi, etička forma, odobranje istraživanja, visoko obrazovanje

UVOD

Etika i etički standardi su veoma važni i obuhvataju najrazličitije oblasti: obrazovanje, medicinu, sport, finansije, medije i druge naučne oblasti. Primena etike izaziva mnoštvo dilema, debata i izazova koji su svuda prisutni: obrazovanje – plagiranje, lažne diplome, nizak standard, manjak originalnih istraživanja; mediji – rijaliti programi, loš ukus, vulgarnost; društvo i privreda – nejednakost, nepotizam, manjak rodne ravnopravnosti, rasizam i nacionalizam, utaja poreza, medicina – kloniranje, izmišljanje novih organizama i tako dalje. Etika je veoma prisutna i u svakodnevnom životu kada smo danas suočeni sa povećanim nivoom agresije (kako verbalne tako i fizičke), povišenim nivoom nasilja ponajviše kada govorimo o obrazovanju na nivou srednjoškolskog uzrasta, slabljenja autoriteta kako roditelja tako i zaposlenih koji su uključeni u realizaciju obrazovnog procesa. U svakodnevnom životu nekako nismo sigurni da li govorimo o etici ili o moralu (da li su u pitanju principi ili pak određene odluke).

Droa (2011, s. 21) kaže „*Moral* će prvenstveno označavati postojeće i nasleđene vrednosti, a *etika* rad na pripremi i podešavanju vrednosti koje nameću postojeće promene“. Da bi barem malo razrešili ovu dilemu počecemo od početka... Etika potiče od grčke reči *ethos*, a sam termin je imao nekoliko značenja. Oni koji nam nekako najpribližnije objašnjavaju da shvatimo u današnjem vremenu je da *ethos* znači: prvo način na koji jedna osoba postoji u skladu sa svojim prirodnim sposobnostima, drugo način na koji se neko društvo ponaša – običaji, pravila koja vladaju. U etici imamo neka opšta pravila i pojedinačne slučajeve, gde se pravila ili principi prilagođavaju tim pojedinačnim slučajevima. **Aristotel** je ovo već znao i kaže da sudije moraju da se služe istim lenjirom kao i arhitekta. Kod filozofa imamo sledeće: jedni smatraju da etičke ideje nije izmislio čovek – Platon, drugi da nam se etički principi spontano obraćaju u vidu „savesti“ – Žan-Žak Ruso, treći da etika ne postoji sama po sebi već su ljudska bića u svojoj epohi kreatori svojih normi – Žan-Pol Sartr.

1. ETIKA I VISOKO OBRAZOVANJE U REPUBLICI SRBIJI DANAS

Kada govorimo o obrazovanju danas, čini se da se nekako više nego ikada nalazimo u krizi etičkih normi, koliko god izgledalo da se trudimo da obrazovni procesi budu podignuti na najviši nivo kako bi pratili razvoj društva i dešavanja. Kodeks profesionalne etike (etički kodeks) u visokom obrazovanju donosi univerzitet na osnovu Zakona o visokom obrazovanju Republike Srbije. Zakon o visokom obrazovanju Republike Srbije propisuje da univerzitet obavlja naučnoistraživački i umetnički rad radi razvoja nauke, stvaralaštva, unapređenja delatnosti visokog obrazovanja, odnosno unapređenja kvaliteta nastave. Naučni rad na univerzitetu ostvaruje se kroz osnovna, primenjena i razvojna istraživanja, a umetnički rad kroz umetničke projekte. Naučnoistraživački rad obavlja se i organizuje u skladu sa zakonom i opštim aktima ustanove.

Kodekse profesionalne etike donose univerziteti na osnovu Zakona o visokom obrazovanju, a donose se sa ciljem očuvanja dostojanstva kako institucije tako i profesije, sprečavanja fizičkih i moralnih šteta, negovanja odgovornosti u etičkom istraživanju, svođenju rizika na minimum posebno u naučnim i medicinskim istraživanjima, podizanja standarda naučnoistraživačkog rada, korisnosti i praktičnoj primeni istraživanja i posebno podizanje kvaliteta i originalnosti istraživanja. Važno je da se etički kodeksi/standardi primenjuju na sve članove univerzitetske zajednice i to naučnog i nastavnog osoblja, studenata, vannastavnog osoblja kao i ostalih lica koja na neki način učestvuju u radu univerziteta.

Baveći se ovom, nadasve veoma važnom, temom nailazili smo na mnoštvo prepreka, problema i možemo reći začuđujućih situacija, jer zakonodavstvo u Republici Srbiji nije rigorozno po pitanju etičkih standarda. Pretražujući web stranice univerziteta koji posluju na teritoriji Republike Srbije i pažljivim čitanjem svih etičkih kodeksa koji su nam bili dostupni, nismo naišli ni na jedan koji u potpunosti interpretira ono što je propisano Zakonom o visokom obrazovanju sa detaljnim i jasnim obavezama i pravima za svakog učesnika. Takođe nismo došli do saznanja da se ni na jednom univerzitetu, a time i fakultetu koji ima dozvolu da obavlja MA, MBA i PhD studije od strane studenta potpisuje detaljan formular, koji nudimo u prilogu, osim samo izjave da kandidat potpisuje izjavu da 'pod moralnom i krivičnom odgovornošću izjavljuje da je rad originalan i da nema elemenata plagijatorstva'.

Etička forma bi trebala da bude univezalna za sve univerzitete jer je jedino tako moguća kontrola kvaliteta u svim fazama i na svim nivoima jer je institucija jedino na ovaj način u mogućnosti da brani standarde a time sebe pozicionira kako u Republici Srbiji tako i u regionu pa i u svetu na tržištu obrazovanja.

2. ETIČKI STANDARDI I ODOBRAVANJE ISTRAŽIVANJA

Iz tog razloga u prilogu ovog rada nalazi se formular za odobranje istraživanja za osnovne studije, MA, MBA i PhD studente. Smernice za istraživanje smo usvojili i prilagodili od Univerziteta Mančestera, Fakulteta za umetnost, istoriju i kulturu (University of Manchester, School of Arts, History and Cultures).

Ponuđena forma (formular), kao što se i na prvi pogled može videti zahteva ozbiljan, temeljan i profesionalni rad mentora u cilju da pomogne, objasni i da studentu obezbedi relevantne i validne metode i tehnike u procesu istraživanja i da obezbedi doslovnu primenu Zakona o visokom obrazovanju Republike Srbije, jer je u ovom slučaju on prva instanca u sprečavanju i odobravanju nekorisnih i nepotrebnih istraživanja. Institucije koje se ozbiljno bave etičkim standardima imaju pregled, listu tema u cilju sprečavanja i ponavljanja iz godine u godinu zarad očuvanja originalnosti teme. Razmenjujući mišljenja o ponuđenoj etičkoj formi (formularu) dobili smo niz komentara od onih da se jedino ovakvom formom obezbeđuju kvalitet i čuvaju standardi i da je kao ovakva neophodna, do onih kako je preobimna, zahtevna a za neke čak i komplikovana i pitamo se Zašto? Polazeći od toga da jedan/na MA, MBA ili PhD rad/disertacija obavezno mora da sadrži prikaz i znanje o dosadašnjim istraživanjima, da definiše ciljeve, zadatke, istraživačke hipoteze i/ili istraživačka pitanja, da definiše metode i tehnike istraživanja zaključujemo da ovakva etička forma može biti samo nužna i pomoć do konačne izrade rada/disertacije.

3. ETIČKA FORMA - OSNOVNA PITANJA I ETIČKI STANDARD

Pored opštih pitanja, o nazivu istraživanja, osnovnim podacima o glavnom istraživaču veoma su važni detalji projekta: od dužine trajanja studije, vrsti projekta (da li je studentski projekat ili nije i ako jeste za koji je nivo studija), koje je glavno istraživačko pitanje i cilj, zatim koje je naučno opravdanje za istraživanje i zašto bi samo istraživanje bilo značajno. Posebno je od značaja osvrt na i ocenu dosadašnjih istraživanja, što u formularu glasi:

3.1. Kako je naučni kvalitet dosadašnjih istraživanja ocenjen? (potrebno je označiti)

- Objavljena istraživanja
- Nezavisna i ekspertska ocena
- Ocena u okviru univerziteta
- Prikaz u okviru škole, departmenta ili istraživačke grupe
- Interna ocena (na primer uključuje kolege, akademskog supervizora)
- Drugo (navedite detalje ispod)

Ovde se takođe zahteva da se ukratko opišu očekivanja i kakvi se rezultati istraživanja očekuju na osnovu planiranih i originalnih istraživanja (primarnih i sekundarnih) i koje se teskoće u istraživanju očekuju.

Stavka 3.6 iz formulara u prilogu kaže: **Dajte pun rezime osnovnog i specifičnih ciljeva, zadataka ili hipoteze istraživanja, kompletnog dizajna sa osnovnim pitanjima (otvorena, zatvorena, pitanja sa Likertovom skalom, pitanja sa više odgovora) i metodologijom planiranog istraživanja, uključujući kratko objašnjenje teoretskog okvira istraživanja. Navedite jasno na koji način će ispitanici učestvovati u istraživanju, koliko puta i kojim redom. Opišite precizno strukturu i veličinu uzorka, kao i osnovne kriterijume na osnovu kojih je formiran uzorak za primarno istraživanje.**

Ovo je nešto čime se pokriva kompletan misaoni proces izrade rada/teze i istraživanja. Kada se definišu zadaci ili hipoteze istraživanja i odredi način prikupljanja podataka (anketiranje, evidentiranje, merenje, prebrojavanje) potrebno je definisati istraživački uzorak načine na koji će istraživački uzorak biti izabran, kao i način na koji će jedinice posmatranja učestvovati u njemu i njegovu veličinu kako bi bio reprezentativan, jer je broj jedinica posmatranja egzaktno i ovde nema mesta za bilo kakvu improvizaciju. Takođe je neophodno opisati metode analize (statističke ili druge odgovarajuće) koje će biti korišćene za poređenje podataka, donošenje zaključaka u skladu sa ciljevima istraživanja. Neophodno je navesti vreme i mesto na kome će se istraživanje odvijati, i imena drugih osoba koje će biti uključene u istraživanje (psiholog škole, lekar,..). Svako istraživanje može pokrenuti i odgovarajuća etička pitanja, zato je potrebno imati spremne korake koji će biti preduzeti u cilju njihovog rešavanja.

Potrebno je napisati **detalje o učesnicima istraživanja** (jedinicama posmatranja), kao što su: ukupan broj, pol i starosna dob, obrazovanje, iskustvo na poslovima, profesionalna i radna pozicija, socijalni status. Ovo je veoma važno sa stanovišta da li učesnici istraživanja pripadaju nekoj od grupa: imaju manje od 16 godina, da li su osobe sa teškoćama u učenju, osobe bez svesti ili veoma ozbiljno bolesne, osobe u terminalnom stadijumu bolesti, osobe sa demencijom, zatvorenici, mladi prestupnici, osobe lišene poslovne sposobnosti, zdravi dobrovoljci, uz navođenje opravdanja za njihovo uključivanje u istraživanje. Potrebno je opisati i kako će potencijalni učesnici u istraživanju biti identifikovani, kako će im se pristupati i na koji način će biti uključivani u istraživanje. Što se tiče podataka o učesnicima elektronska adresa, broj telefona, naziv kompanije, moraju biti striktno evidentirani i čuvani a sve u cilju proverljivosti podataka ukoliko bi bili zatraženi od tela koje se u okviru ustanove brine o etičkim standardima. Proverljivost podataka je veoma važna iz razloga originalnosti i korektnosti samog istraživanja, i ne sme biti dovedena u pitanje.

Detalji o rizicima, ukoliko je istraživanje u oblasti medicinskih nauka moraju se navesti procedure koje će se preduzeti u invazivnim procedurama, uzorcima ili merama koje će se preduzeti, upitnicima, psihološkim testovima i dr., kao i koja su iskustva onih koji će primenjivati te procedure. Koji su to potencijalni neželjeni efekti, rizici ili opasnosti za učesnike u istraživanju, uključujući i mogući bol, nelagodnost, uznemirenost, neprijatnost, tj. sve ono što učešće u istraživanju može da proizvede.

Potrebno je definisati rok za pristanak učešća u istraživanju nakon dobijanja informacija o samom istraživanju, a svaki od učesnika istraživanja ima mogućnost da od istog odustane u bilo kom trenutku procesa istraživanja.

Zaštita podataka i proverljivost - potrebno je detaljno navesti mere koje će obezbediti proverljivost podataka. Ukoliko je kao metoda prikupljanja podataka bila npr. metoda anketiranja, potrebno je šifrirati anketni list i omogućiti proveru svih opservacija bilo da se izračuni rade ručno ili pomoću nekog softverskog paketa, zatim kod kog i na kom mestu će podaci biti čuvani kao i vreme čuvanja podataka (broj meseci ili godina). Potrebno je navesti da li će istraživanje uključiti navedenu aktivnost u bilo kojoj fazi i to: istraživanje medicinske dokumentacije od strane onih koji su izvan zdravstvene službe ili unutar te službe, ali normalno nemaju pristup, elektronski prenos podataka putem magnetnih ili optičkih medija, e-mail-a ili kompjuterske mreže, deljenje podataka sa drugim

organizacijama, izvoz podataka izvan Evropske Unije, upotrebu ličnih adresa, poštanskih brojeva, faksova, e-mail ili telefonskih brojeva, objavljivanje direktnih navoda ispitanika, objavljivanje podataka koji mogu da omogućće identifikaciju učesnika, upotrebu uređaja za audio i video snimanje, skladištenje ličnih podataka na bilo kojem od sledećeg, elektronskim fajlovima, CT, MR ili Rtg snimcima, informacionom sistemu zdravstvene službe, kućnim ili drugim personalnim računarima, univerzitetskim kompjuterima, kompjuterima privatnih kompanija i laptop računarima.

Ono o čemu se u praksi takođe veoma retko govori, a do čijeg saznanja smo došli istražujući temu o kojoj pišemo je i **finansiranje i sponzorstvo** samog istraživanja, a sve u cilju očuvanja objektivnosti i nepristrasnosti procesa istraživanja. Ukoliko se proces istraživanja realizuje pomoću nekog spoljnog finansiranja potrebno je navesti detalje o organizaciji ili organizacijama, kao i kolika je suma novca obezbeđena i koliki je period trajanja finansiranja. Važno je imati i saznanja i potvrde da se eksterni finansijer složio da ima ulogu sponzora na osnovu predloga o vođenju istraživanja. Ukoliko sponzor nije sam univerzitet mora biti detaljno naveden, naziv organizacije, kontakt, iznos novca, trajanje sponzorstva.

ZAKLJUČAK

Na kraju želimo da još jednom ponovimo da je osiguranje kvaliteta a time i očuvanje standarda jedino moguće očuvanjem originalnosti i opravdanosti istraživanja i rešavanjem generalnih etičkih problema. Popunjavanjem formulara pokrivaju se generalni etički problemi: opravdanost istraživanja; privatnost; dobrovoljnost da učesnik ima pravo da odustane u bilo kom trenutku procesa istraživanja; pouzdanost informacija (da se izbegnu loše i netačne informacije); bezbednost baza podataka (skladištenje); reakcije učesnika na načine prikupljanja informacija koji uključuju sramotu, stid, povredu; efekti učesnika u odnosu na način kako se prave izveštaji istraživanja; kao i ponašanje i objektivnost istraživača. Kvalitet je jedina mera koja pozicionira jednu obrazovnu ustanovu na tržištu obrazovanja danas.

PRIOLOG 1

Poslediplomski program – MA, MBA i PhD

KOMITET ZA ETIČKE STANDARDE I ODOBRAVANJE ISTRAŽIVANJA

Prijavni formular za odobrenje istraživačkog projekta studenata na poslediplomskim studijama, uključujući MA, MBA i PhD

Ovaj formular treba da popune student i glavni supervisor, nakon što pročitaju smernice*.

Potpisani formular je potrebno predati MA, MBA ili PhD administratoru radi naučne analize, pre podnošenja Komitetu za etičke standarde i odobravanje istraživanja. Molimo Vas da imate na umu da, ukoliko smatrate da se određeno pitanje ne odnosi na Vaše istraživanje, nije dovoljno da napišete - nije primenljivo, već je potrebno da objasnite zašto.

1. Naziv istraživanja

Pun naziv:

2. Glavni istraživač

Titula:

Ime:

Prezime:

Pozicija:

Kvalifikacija:

Škola/Odsek:

E-mail:

Telefon:

3. Detalji projekta

3.1. Trajanje studije

Datum početka:

Datum završetka:

3.2. Da li je to studentski projekat?

Da / Ne

Ako je odgovor da, za koji nivo studija?

3.3. Koje je glavno istraživačko pitanje i cilj? (Objašnjenje mora biti dato na jeziku razumljivom i laiku)

3.4. Koje je naučno opravdanje za istraživanje? Objasnite kontekst, okvire i povod za istraživanje? Zašto je to značajno i da li je već urađeno neko slično istraživanje? (Objašnjenje mora biti dato na jeziku razumljivom i laiku)

3.5. Kako je naučni kvalitet dosadašnjih istraživanja ocenjen? (Označite)

- Objavljena istraživanja
- Nezavisna i ekspertna ocena
- Ocena u okviru ECPD
- Prikaz u okviru škole, departmana ili istraživačke grupe
- Interna ocena (na primer uključuje kolege, akademskog supervizora)
- Drugo (navedite detalje ispod)

Ukratko opišite očekivanja i kakvi se rezultati istraživanja očekuju na osnovu planiranih i originalnih istraživanja (primarnih i sekundarnih) i koje teskoce u istraživanju očekujete ?

3.6. Dajte pun rezime osnovnog i specifičnih ciljeva, zadataka ili hipoteze istraživanja, kompletnog dizajna sa osnovnim pitanjima (otvorena, zatvorena, pitanja sa Likertovom skalom, pitanja sa više odgovora) i metodologijom planiranog istraživanja, uključujući kratko objašnjenje teoretskog okvira istraživanja. Navedite jasno na koji način će ispitanici učestvovati u istraživanju, koliko puta i kojim redom. Opišite precizno strukturu i veličinu uzorka, kao i osnovne kriterijume na osnovu kojih je formiran uzorak za primarno istraživanje. (Ovaj odeljak mora biti objašnjen na jeziku razumljivom i laiku)

3.6.1. Da li je protokol koji je podnet uz ovu prijavu bio predmet ocene statističara, nezavisnog od istraživačkog tima (Izaberite jedno od dole navedenog)

- Da – kopija ocene priložena
- Da – detalji ocene dostupni kod sledećih pojedinaca ili organizacije (Navedite kontakte)
- Ne – obrazložite ispod

3.6.2. Ako je važno, navedite specifični statistički eksperimentalni dizajn i zašto je odabran?

3.6.3. Koliko će učesnika biti uključeno u istraživanje?

Ako će biti uključeno više od jedne grupe, navedite koliko će učesnika biti u svakoj grupi? Za međunarodne studije, navedite koliko će učesnika biti uključeno u zemlji iz koje potiče istraživač, a koliko ukupno?

3.6.4. Kako je doneta odluka o broju učesnika?

Ako je korišćen formalni uzorak za obračun broja, navedite kako je to urađeno, dajući dovoljno informacija kako biste obrazložili i prikazali metode formiranja uzorka.

3.6.5. Opišite metode analize (statističke ili druge odgovarajuće metode, na primer primarno, sekundarno – prikupljanje informacija i posebno, kvalitativno i kvantitativno – ocena istraživanja) koje će biti korišćene za poređenje podataka u skladu sa ciljevima studije.

3.7. Gde će se istraživanje odvijati?

3.8. Navedite imena drugih osoba koje će biti uključene u sprovođenje istraživanja.

3.9. Šta smatrate da su glavna etička pitanja koja mogu biti pokrenuta predloženom studijom i koji će koraci biti preduzeti u vezi njihovog rešavanja?

3.9.1. Da li će neka intervencija ili procedura, koja se normalno smatra rutinskom, biti sakrivena od učesnika istraživanja?

- Da Ne

Ako je odgovor da, navedite detalje i opravdanje.

4. Detalji o učesnicima istraživanja

4.1. Ukupan broj

4.2. Pol i starosna dob

4.3. Obrazovanje

4.4. Iskustvo na poslovima

4.5. Profesionalna i radna pozicija

4.6. Socijalni status

Podaci (e-mail, adresa, naziv kompanije, telefoni) o učesnicima istraživanja moraju da se striktno evidentiraju i čuvaju. Ukoliko ECPD Komitet za etičke standarde i odobravanje istraživanja zatraži podatke na uvid radi provere istinitost istraživanja svi podaci se moraju staviti na uvid. Ukoliko student ne obezbedi podatke o učesnicima istraživanja, MA, MBA ili PhD teze se može dovesti u pitanje.

4.7. Koji su osnovni kriterijumi uključivanja? (Molimo da obrazložite)

4.8. Koji su osnovni kriterijumi isključivanja? (Molimo da obrazložite)

4.9. Da li će učesnici biti iz neke od sledećih grupa (Označite)

- Deca ispod 16 godina
- Osobe sa teškoćama u učenju
- Osobe koji su bez svesti ili vrlo ozbiljno bolesni
- Osobe u terminalnom stadijumu bolesti
- Osobe u situacijama hitnosti
- Osobe sa mentalnim smetnjama (posebno ako su hospitalizovani bez pristanka, u skladu sa propisima o mentalnom zdravlju)
- Osobe sa demencijom
- Zatvorenici
- Mladi prestupnici
- Osobe, lišeni poslovne sposobnosti
- Zdravi dobrovoljci
- Oni za koje se može smatrati da imaju posebno zavisano odnošnje sa istraživačem, na primer smešteni u domovima za negu, studenti medicine
- Druge vulnerabilne grupe

Opravdajte njihovo uključivanje:

4.10. Da li će neki učesnik u istraživanju biti osoba koja je već uključena u neko drugo istraživanje ili je nedavno bila uključena u istraživanje pre ovog?

- Da
- Ne
- Nije poznato

Ako je odgovor da, navedite detalje i obrazložite njihovo uključivanje. Ako nije poznato, koje ćete korake preduzeti da biste to saznali?

4.11. Kako će potencijalni učesnici u istraživanju biti (i) identifikovani (ii) kako će im se pristupiti (iii) na koji način će biti uključivani?

Ako će učesnici u istraživanju biti uključivani putem oglasa, molimo priložite kopiju oglasa uz ovu prijavu.

4.12. Da li će učesnici u istraživanju dobiti nadoknadu troškova ili bilo kakav drugi podsticaj ili korist od učešća u istraživanju?

- Da
- Ne

Ako je odgovor da, navedite koliko i na osnovu čega je doneta ova odluka.

5. Detalji o rizicima

5.1. Lekovi i druge supstance koje će biti primenjene

Navedite status leka, na primer, proizvod s punom licencom ili u fazi ispitivanja. Prilog: Dokaz o statusu proizvoda bez licence; detalji o proizvodima sa licencom.

LEK	STATUS	DOZA/UČESTALOST/NAČIN PRIMENE
-----	--------	-------------------------------

5.2. Procedure koje će se preduzeti

Navedite detalje o invazivnim procedurama, uzorcima ili merama koje će se preduzeti, upitnicima, psihološkim testovima i dr. Koja su iskustva onih koji će primenjivati te procedure?

5.3. Aktivnosti koje će se preduzeti

Navedite listu aktivnosti koje će učesnici preduzeti i približno vreme trajanja svake.

5.4. Koji su potencijalni neželjeni efekti, rizici ili opasnosti za učesnike u istraživanju, uključujući i moguću bol, nelagodnost, uznemirenost, neprijatnost ili promene stila života za učesnike istraživanja?

5.5. Da li će pojedinci i grupe tokom intervjua ili popunjavanja upitnika biti pitani o temama koje mogu biti osetljive, neprijatne ili uznemirujuće? Da li je moguće da će u toku studije biti potrebno preduzeti neku aktivnost po pitanju kriminalnih ili drugih otkrića (na primer u toku intervjua ili grupnih diskusija ili upotrebe skrining testova za lekove/droge)?

- Da
- Ne

Ako je odgovor da, navedite detalje o procedurama rešavanja ovih pitanja.

5.6. Koliko je očekivano ukupno vreme trajanja učešća svakog učesnika u studiji?

5.7. Koja je potencijalna korist za učesnike u istraživanju?

5.8. Koji su potencijalni neželjeni efekti, rizici ili opasnosti, bol, nelagodnosti ili neprijatnosti za same istraživače? (Ukoliko ih ima)

6. Mere zaštite

6.1. Koje se mere predostrožnosti preduzimaju da bi se umanjili ili ublažili gore navedeni rizici?

6.2. Da li će se obezbediti pristanak učesnika u istraživanju, nakon njihovog informisanja?

- Da Ne

Ako je odgovor da, navedite ko će obezbediti pristanak i kako će to biti urađeno. Navedite detalje o iskustvu sa obezbeđenjem pristanka i konkretnim koracima u obezbeđivanju informacija (pored pisanog formulara) na primer video, interaktivni materijal...

Ukoliko bi učesnici bili uključeni iz bilo koje od potencijalno ranjivih grupa navedenih pod 4.6, navedite detalje o posebnim koracima preduzetim da se obezbedi njihova zaštita. Opišite šta treba preduzeti za dobijanje pristanka od njihovih zakonskih zastupnika.

Ukoliko pristanak nije obezbeđen, navedite razlog.

ECPD Komitet za etičke standarde I odobravanje istraživanja moraju da imaju kopiju informacionog lista i formulara o pristanku učesnika u istraživanju.

6.3. Da li će biti obezbeđen pismeni pristanak?

- Da Ne

Ako je odgovor ne, objasnite zašto ne.

6.4. U kom roku učesnik treba da odluči da li će učestvovati u istraživanju?

6.5. Šta je predviđeno za učesnike koji možda ne mogu adekvatno da razumeju usmeno objašnjenje ili pisanu informaciju datu na srpskom jeziku ili koji imaju specijalne komunikacione potrebe (na primer korišćenje prevodioca, tumača i sl.)

6.6. Šta je preduzeto da se obezbedi da učesnici dobiju informacije koje postanu dostupne u toku istraživanja, a koje mogu biti važne za nastavak njihovog učešća?

6.7. Da li će izabrani lekar učesnika u istraživanju biti obavešten da oni učestvuju u studiji?

- Da Ne

Ako je odgovor ne, objasnite razlog.

6.8. Da li će biti zatražena dozvola učesnika u istraživanju da se obavesti njegov/njen izabrani lekar pre nego što je to urađeno?

- Da Ne

Ako je odgovor ne, objasnite razlog.

6.9. Šta je preduzeto da se obezbedi obeštećenje i/ili kompenzacija u slučaju zahteva od strane ili u ime učesnika za štetu (a) zbog nehata ili (b) štetu koja nije izazvana nehatom?

7. Zaštita podataka i poverljivost

7.1. Da li će istraživanje uključiti bilo koju od navedenih aktivnosti u bilo kojoj fazi (uključujući identifikaciju potencijalnih učesnika u istraživanju) (Označite)

- Istraživanje medicinske dokumentacije od strane onih koji su izvan zdravstvene službe ili unutar te službe, ali normalno nemaju pristup
- Elektronski prenos podataka putem magnetnih ili optičkih medija, e-mail-a ili kompjuterske mreže
- Deljenje podataka sa drugim organizacijama
- Izvoz podataka izvan Evropske Unije
- Upotrebu ličnih adresa, poštanskih brojeva, faksova, e-mail ili telefonskih brojeva
- Objavljivanje direktnih navoda ispitanika
- Objavljivanje podataka koji mogu omogućiti identifikaciju učesnika
- Upotrebu uređaja za audio i video snimanje
- Skladištenje ličnih podataka na bilo kojem od sledećeg:
 - Elektronskim fajlovima, CT, MR ili Rtg snimcima
 - Informacionom sistemu zdravstvene službe
 - Kućnim ili drugim personalnim računarima
 - Univerzitetskim kompjuterima
 - Kompjuterima privatnih kompanija
 - Laptop računarima

Drugi detalji:

7.2. Koje mere su preduzete da se obezbedi poverljivost podataka? Navedite podatke o šifrirajućim ili drugim anonimizirajućim procedurama koje se koriste i u kojoj fazi?

7.3. Gde će se vršiti analiza podataka iz studije i ko će je uraditi?

7.4. Ko će vršiti kontrolu i biti čuvar podataka prikupljenih u toku studije?

7.5. Ko će imati pristup podacima prikupljenim u toku studije?

7.6. Koliko dugo će se čuvati podaci prikupljeni u studiji?

Godine Meseci

Navedite detalje o tome gde će biti čuvani i ko će imati pristup i čuvati podatke:

8. Izveštavanje

8.1. Molimo da potvrdite da će svaki neželjeni efekat biti prijavljen Komitetu za etičke standarde i odobravanje istraživanja.

8.2. Kako će se rezultati studije objavljivati i promovisati? (Označite)

- Objavljivanjem radova, prikaza i tekstova u naučnim i stručnim časopisima
- U okviru centara, fakulteta, skola i programa
- Konferencijskom prezentacijom
- Tezom i disertacijom
- Pisanom povratnom informacijom učesnicima u istraživanju
- Prezentacijom učesnicima ili odgovarajućim zajednicama
- Drugim putem

8.3. Kako će rezultati istraživanja postati dostupni učesnicima u istraživanju i zajednicama iz kojih su oni potekli?

8.4. Da li je ovu ili sličnu aplikaciju prethodno razmatrao Etički istraživački komitet u Republici Srbiji, zemlji u kojoj se istraživanje obavlja ili Evropskoj uniji?

- Da Ne

Ako je odgovor da, navedite podatke o svakoj aplikaciji koja je razmatrana, uključujući

Naziv Etičkog istraživačkog komiteta ili regulatornog tela:

Odluku i datum:

Referentni broj Etičkog istraživačkog komiteta:

8.5. Šta je preduzeto za praćenje i reviziju sprovođenja istraživanja?

8.5.1. Da li će Vaš mentor za MA, MBA ili PhD biti redovno obaveštavan o progresu i rezultatima istraživanja?

- Da Ne

8.5.2. Koji su kriterijumi za zaustavljanje istraživanja pre vremena?

9. Finansiranje i sponzorstvo

9.1. Da li je obezbeđeno spoljnje finansiranje istraživanja?

- Da Ne

Ako je odgovor da, navedite detalje o organizaciji (organizacijama), obezbeđenoj sumi i trajanju.

Organizacija:

Kontakt:

Iznos (E)

Trajanje meseci.

9.2. Da li se eksterni finansijer istraživanja složio da deluje kao sponzor, kao što je predviđeno u Ugovoru između ustanove i sponzora i na osnovu predloga o vodenju istraživanja?

- Da Ne Nije primenljivo

9.3. Da li se poslodavac glavnog istraživača složio da finansijski ili na neki drugi način podrži istraživanje?

- Da Ne

9.4. Sponzor (mora da bude kompletno naveden u svim slučajevima gde sponzor nije Univerzitet)

Naziv organizacije koja je sponzor istraživanja:

10. Sukob interesa

10.1. Da li će individualni istraživači primiti ikakva lična primanja iznad i izvan normalnih plata ili nadoknade troškova za preduzimanje istraživanja?

- Da Ne

Ako je odgovor da, navedite koliko i na osnovu čega je to odlučeno

10.2. Da li će organizacija ili neki njen organizacioni deo imati ili primiti bilo kakvu nadoknadu ili koristi iznad troškova za predviđeno istraživanje?

- Da Ne

Ako je odgovor da, navedite detalje

10.3. Da li glavni istraživač ili neki drugi istraživač ili saradnik imaju ikakav direktni lični udeo (na primer finansijski, deoničarski, lični odnos i sl.) u organizaciji koja sponzorise ili finansira istraživanje, a koji može da dovede do sukoba interesa?

- Da Ne

Ako je odgovor da, navedite detalje

11. Potpis aplikanta (aplikanata)

Morate se pobrinuti da je formular u potpunosti popunjen, da su naučni pristup i metodologija odobreni i da formular prate sva odgovarajuća dokumenta.

..... Datum

Potpis studenta

..... Datum

Potpis glavnog supervizora

12. Potpis u ime i od strane Komiteta za eticke standarde i odobravanje istrazivanja

Komitet očekuje da svaki program (MA, MBA, PhD) ima pred – skrining proces za sve aplikante radi davanja mišljenja o projektima istraživanja. Svrha ovog pred – skrininga jeste da osigura da su projekti naučno zreli, da je procenjeno da li im je potrebna etička saglasnost i, ukoliko je tako, da prođu proceduru odobrenja od strane Komiteta za etičke standarde i odobravanje istraživanja.

Zato formular mora da potpiše studentov glavni supervizor (u ime rukovodioca škole), da bi potvrdio da je ovaj pred – skrining proces preduzet.

Komitetu za etičke standarde i odobravanje istraživanja

.....
Potpis predsednika za etičke standarde

Odobravam podnošenje ove prijave

.....
Potpis Izvršnog direktora ustanove

.....
*) Etičke smernice za istraživanje su usvojene i prilagođene od Univerziteta Mančestera, Fakulteta za umetnost, istoriju i kulturu (University of Manchester, School of Arts, History and Cultures) koji je dostupan na <http://www.arts.manchester.ac.uk/postgraduatestudy/ethics/> (Pristupljeno: 21. novembra 2017.)

LITERATURA

- [1] Buchholtz, C., (2003), Business & Society, Ethics and sStakeholder Management. 5th edition. Thomson-Southe Western.Ohio.
- [2] Droa, R.P., (2011), *Etika objašnjena svima*, Geopoetika, Beograd
- [3] Fisher.C., (2010), Researching and writing a dissertation, an essential guide for business students, 3rd edition, FT & Prentice Hall. London
- [4] Fisher.C., Lovell. A., (2003), Business Ethics and Values, Individual, Corporate and International Perspectives. 2nd edition. FT & Prentice Hall. London.
- [5] Langdridge, D., (2004), Introduction to Research Methods and Data Analysis in Psychology, Pearson & Prentice Hall. London.
- [6] Naoum, S., G., (2013), Dissertation Research and Writing for Construction Students. 2nd edn. London: Butterworth-Heinemann.
- [7] Pallant., J., (2005), SPSS Survibal manual, 2nd edition, Open University press. London.
- [8] Saunders, M., Lewis, P. and Thornhill, A., (2012), Research methods for Business Students, 6th edn. London: FT & Prentice Hall
- [9] Shaughnessy, J.J., Zechmeister, E.B., Zechmeister, J. S., .Research methods in Psychology, Mc Grow Hill. New York.

Internet reference

- [10] Zakon o visokom obrazovanju Republike Srbije, p<http://www.mpn.gov.rs/wp-content/uploads/2017/12/visoko-zakon.pdf> [Pristupljeno: 24. oktobra 2018.]
- [11] Kodeks profesionalne etike Univerziteta u Beogradu, <https://bg.ac.rs/files/sr/univerzitet/univ-propisi/Kodeks-profesionalne-etike.pdf>, [Pristupljeno: 24. oktobra 2018.]

- [12] Kodeks profesionalne etike Univerziteta u Nišu, <https://www.ni.ac.rs/dokumenti/send/93-broj-4-od-16112009-god/322-kodeks-profesionalne-etike-univerziteta-u-nisu>, [Pristupljeno: 24. oktobra 2018.]
- [13] Kodeks profesionalne etike Univerziteta Union, <http://union.edu.rs/wp-content/uploads/2009/01/eticki-kodeks.pdf>, [Pristupljeno: 24. oktobra 2018.]
- [14] Etičke teorije, <http://kif.filozofijainfo.com/eticke-teorije/> [Pristupljeno: 29. oktobra 2018.]
- [15] Kodeks profesionalne etike Univerziteta u Novom Sadu, ewbc.ni.ac.rs/wp-content/uploads/2016/12/cai_23.03.2017-University-of-Novi-Sad.pdf, [Pristupljeno: 1. novembra 2018.]
- [16] Etičke smernice za istraživanje su usvojene i prilagođene od Univerziteta Mančestera, Fakulteta za umetnost, istoriju i kulturu (University of Manchester, School of Arts, History and Cultures) koji je dostupan na <http://www.arts.manchester.ac.uk/postgraduatestudy/ethics/>, [Pristupljeno: 21. novembra 2017.]

THE E-LEARNING PLATFORM AS A BASIS FOR DIDACTICAL DIVERSIFICATION OF TRAINING

Ivan Merdzhanov

Medical University – Varna, Bulgaria, merdzhanov@gmail.com

Abstract: The e-learning platform is gradually becoming an integral part of the electronic campus of any modern higher education institution and provides teachers with access to tools that not only complement traditional forms of training but also have the potential to increase efficiency in the overall learning process. Characteristics that distinguish learning platforms from regular exercise collections are user administration, course management, role definition and access and usage rights, availability of platform communication capabilities, learning tools such as a virtual classroom, placement of the learning curriculum content and media used in a network browser and, last but not least, a system for storing data and statistics on the activity and the results achieved by the learners. The main function of the electronic resources is to improve the attendance training and to increase the quality of the learning process, which in turn leads to the enrichment of the traditional forms and the autonomous learning of the students through the access to various information resources, materials, data and media. Each platform offers didactic tools in four main areas - course design, organization of teacher-student communication, access to additional and external resources, and an e-testing system. This infrastructure allows for the diversification of didactic approaches and information channels that take into account the different learning strategies and styles of learners in order to maximize the learning content. The purposeful use of learning strategies makes it possible to optimize learning, and in the event of difficulties, automated cognitive, metacognitive and resource-based strategies are applied and corrected or rejected accordingly. Knowledge and competence acquisition processes are not only dependent on the peculiarities and preferences of individual learners (or learning styles), but also on the learning object, the situations in which the learning process takes place, and external resources such as time, space, social characteristics and other side factors. Therefore, under different conditions, learners will choose different learning strategies, which in turn predetermines the style and success of the learning process. The structure of the learning resources offered by an electronic platform enables taking into account of all these additional factors and delegates to the learner the conscious choice of strategy, approach and media channel for obtaining information and its processing according to their leading learning style.

Keywords: learning platform, style, learning strategy, online courses, diversification

INTRODUCTION: E-CAMPUS AND THE LEARNING PLATFORM

As an organizational form, the e-campus means virtualization of all sectors in higher education institutions, making it a transient stage in the development of e-learning to e-university. While e-learning is limited almost entirely to curricula and learning management, the e-campus also includes administrative activities such as student, room, lecture, and exams management, as well as important information such as addresses, instruction for events, and timetables. The concentration of all forms of e-learning, online activities and services in an electronic campus facilitates and streamlines work with students and enables them to stay connected to the university when they are outside its territory. E-learning and the learning platform are a basic component of the e-campus and are gradually becoming an environment not only for learning activities but also for communication between teachers and students

1. E-LEARNING FUNCTIONS IN THE ACADEMIC SPHERE

Higher education programs include diverse forms of e-learning and opportunities for students to deepen their knowledge, to test acquired skills, and to use information technology to increase the efficiency of the learning process. The main function of the electronic resources is to improve the standard education and enhance the quality of the learning process, which results in the enrichment of the traditional forms and autonomous learning of the students through access to various information resources, materials, data and media, enhancing the up-to-date and the scope of the learning material by including online resources, interactive work with elements of learning content, and the visualization of complex, invisible, abstract or static processes, ensuring access to information of real objects that would otherwise not be available, e.g. as in medicine.

Inclusion of electronic resources and on-line courses in virtual campuses and use of the potential of new information technologies provides better communication and individual learning opportunities and achieves:

- better communication between teachers and learners, as well as between learners themselves;
- better mentoring of students using modern methods of communication outside the lecture courses;

- facilitating student learning by providing edited materials and tests and applying an individual approach;
- Increasing contact and collaboration opportunities with scientists and students from other countries.

Integration of electronic resources into traditional forms of academic learning allows for independent on time and location preparation for seminars, permanent access to teaching material, flexible learning with asynchronous collaboration capabilities and increased learner mobility. In addition, it stimulates the acquisition of strategic and key competencies in the field of information technologies, student autonomy and responsible work with new media and learning models, also teamwork.

2. DIDACTIC DIVERSIFICATION OF THE CURRICULUM

The term diversification is not inherent of didactics or pedagogy, but it seems to us that it best reflects the role of e-learning and its tools in contemporary academic teaching. The word comes from Latin (*diversus* - diverse, different, of a different direction; *facere* - to make). As a term it finds use in linguistics to describe the differentiation of an initial form of the word into various new forms or meanings. In this text we will use the word rather in the meaning used in economic sciences, expanding the choice to achieve greater chances of success or reducing risks (Gabler Wirtschaftslexikon). E-Learning and related learning platforms offer a similar extension of the choice of didactic methods and tools to increase the success and effectiveness of learning. As in the economy, here too we can talk of three types of diversification:

- **Horizontal** - expanding products that are similar to those already exported to the market. In the academic context, we can talk about the interaction of traditional attendance training with its lectures, seminars and exams, and the possibilities of an electronic platform to complement, expand and customize users to allow for autonomous and mobile learning.
- **Vertical** - expanding the range of products offered through elements from previous or subsequent production steps. In terms of the electronic platform, this means including textbooks, additional literature and links to electronic tools, statistics, and media that extend the students' cognitive horizons.
- **Lateral** - expanding the range of products that have not been offered to date by a company. The training is about a wide range of communication and interaction tools between the teacher and the students, and between the students themselves, which bring a whole new dimension to the learning process - blogs, diaries, chats, etc.



Figure 1: Horizontal, vertical and lateral diversification in education

By diversifying the forms and methods of providing learning resources, the learning platform focuses not on teaching and the teacher, but on the learner and the individual learning process according to preferred learning strategies and styles.

2.1 Organization of the learning platform

A Learning Platform or a Learning Management System (LMS) is a complex software system for creating and organizing learning content that allows communication between a provider (the teacher) and a recipient (the learner) and represents the intersection between teacher and learner goals. From a pedagogical point of view, therefore, the platform repeats the communication situation of traditional learning, but from a technological point of view it integrates specific tools for design, communication and administration of teaching units, coordinates online courses and parts of courses and detailed and permanent evaluation of trainees. Characteristics that distinguish learning platforms from regular collections of exercises or hypertexts on servers are user administration, course management, role definition and access and usage rights, the availability of platform communication capabilities such as chat, blogs and forums, learning tools such as a virtual classroom, placement of learning content and media

used in a network browser, and, last but not least, a system for storing data and statistics on activity and the results achieved by the trainees.

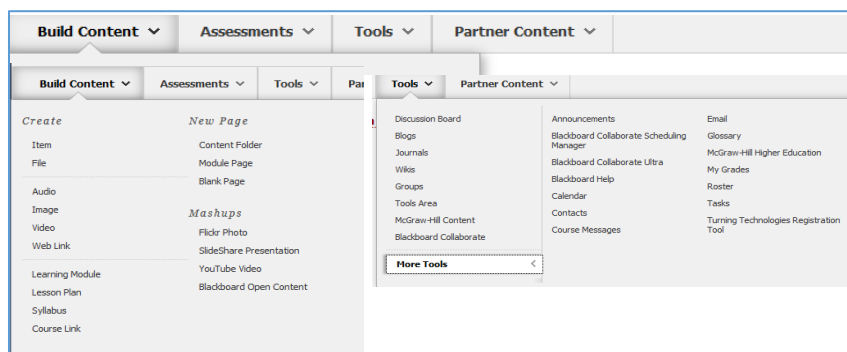


Fig. 2: Training Platform Toolkit

Learning platforms also differ from each other in terms of level of development of specific features. Each learning platform is characterized by a level of multimedia, where content is represented through different media channels such as text, film, sound, etc., adaptability, interactivity, distributivity and collaboration (Figure 2). There are many learning platforms available on the network that can be commercial, free and accessible to all users, Proprietary Projects that are subordinate to a specific topic or feature, and university platforms. The chosen learning platform on which to build a virtual teaching and learning environment can be an open source system, such as MOODLE, or a commercial like .LRN or Blackbord, however it is important for the platform to have all of the above features.

2.2 Learning Strategies and the Electronic Platform

The Learning Platform diversifies the learning process and provides a platform for the deployment of different learning strategies that are difficult to apply to traditional forms of learning. Learning strategies are basic building blocks of overall learning competence, especially when it comes to e-learning. Diversified multimedia content is motivational, versatile, authentic and user-friendly, but when developing such electronic resources, the peculiarities of information processing by learners should be provided to best support the learning process. Autonomous learning has two aspects: **individual learning** of the learning material and **independent** and responsible **management of learning** within the virtual environment. In addition to the psychological prerequisites (motivation, attitudes, etc.), a sufficient set of appropriate learning strategies is needed in the individual work with the learning material, as strategies play a key role in the success of the learning process. Learning strategies are a component of learner-oriented and autonomous learning stimulating education to enable learners to develop the ability to find their own ways of processing information, to cope with problem situations independently, and to choose from the available spectrum of learning strategies the ones they find suitable for them (Tönshoff, (2007).

Learning strategies are plans and modes of action as well as thinking processes that the learner applies to managing learning and achieving the learning objective. Lompscher defines learning strategies as more or less complex, to varying degrees generalized or generalizable, consciously or unconsciously used methods for realizing learning goals and fulfilling learning requirements. (Lompscher, 1996). Weinstein and Mandl understand under study strategies the overall internal and external behavior by which learners attempt to influence different aspects of their own learning, such as motivation, concentration, selection and processing of information, etc. (Friedrich, Mandl, 1992). These differ according to the learning curriculum of the subject, the general situation in which the learning process takes place and the individual learning style of each of the learners.

The on-purpose use of specific learning strategies makes it possible to optimize learning itself, and in the event of difficulties, to consciously resort to the automated strategies which are then either corrected or rejected accordingly. Conversely, conscious strategies can be automated by continuous application and monitoring. These processes and strategies of conscious impact on learning and perception are divided into three main categories (Baumert, 1993): cognitive, metacognitive and resource-based learning strategies.

Cognitive learning strategies affect aspects of the learning process that are directly related to the perception of information, such as specific techniques for memorizing new information. They are the organization's top priority, such as sketching, highlighting or tagging keywords, with the goal of reducing information flow, structuring and summarizing. Elaboration (reworking) aims to link new information to an already existing cognitive structure

(Mandl, Friedrich, 2006), so that the new material can be better understood. Effective learning, however, requires the use of strategies to verify the learning process. These are the so-called **control strategies** that operate so to speak over cognitive processes (Mandl et al. 2006) With their help, learners critically examine arguments and interdependencies and consider alternatives to what has already been learned; plan, observe and regulate their own thinking processes, and compare the received results. **Repetition** helps store facts and information in the long-term memory. This applies not only to word learning (foreign language learning), but also to terms and designations (in other sciences), rules, schemes, formulas, etc. The design and use of a series of different reproductive exercises based on teaching materials in the learning platform is also a form of repetition, eliminating the aspect of annoyance that is always associated with a repetition of the same material.

Metacognitive strategies are less relevant to the learning process itself, they refer to tracking and **being aware of one's own success or failure in the learning process** and to planning the individual steps such as determining the consistency of learning, separating the essential from the nonessential, monitoring and assessment of own results. An important component of metacognitive learner strategies is the explanation, for example, of a learning module to other learners in the form of presentation or group project design; search and presentation of specific information through the offline tools for communication of the learning platform, allowing for more effective mastering of the learning material. It is possible to accept as metacognitive processes the understanding of the assigned task, the formation of own strategies for solving different types of tasks (for example, the rationalization of own actions best suited for use in reading with comprehension), the conscious activation and use of the stored knowledge from external sources, compiling a search strategy in information resources, etc.

Resource-based learning strategies are directly related to the options offered by learning platforms and cover a wide range of factors that play a role in the learning process. They are divided into external and internal resources that are in constant interaction. Internal resources include the mobilization of own efforts, attention, will, and concentration in general, also the motivation to deal with different learning materials. **Motivation** as an activating attitude towards a positively assessed target state (Schiefele, Streblov, 2006) is considered as a central condition for the success of the learning process. In eLearning, internal motivation plays a significant role because learners manage the learning process themselves and motivation depends on whether the learner will perform a task at all. Internally motivated actions are done because they relate to positive experiences and are of interest or present a challenge to the learner, while the externally motivated have an instrumental function and are carried out in order to achieve positive results (e.g. good judgment, praise, etc.) or avoidance of negative consequences. In the learning process, external motivation usually prevails, but e-learning with its rich tools and interactivity enables the interest and the sense of individual direction and choice of learning objects, the confidence in one's own abilities and the role of the internal motivation for dealing with learning material. In the virtual learning environment, students participate directly or indirectly in the selection of learning content, choose their own learning strategy, have a free initiative and self-assessment space.

Management of learning time as a strategy is part of the e-course, as all tasks have a temporal limit and the learner can manage the distribution of working and resting time alone, and the disciplining effect of these limits should not be underestimated. Time independence is a key feature of e-learning and mobile learning, which delegates the learner the right to choose when and how he/she will study. Modern learning platforms offer enough time management options for the resource, and students quickly create strategies to meet these requirements.

The cooperative or group work strategy responds to the understanding that learning is a collective process and is done through social interaction. In this case, it is both an internal and an external resource as far as the attitude and competence for cooperative learning is required by the learner and, accordingly, the conditions and opportunities to do so are provided by the lecturers. For the e-learning platform, this means careful preparation of group work tasks, organizing communication between participants and dividing them into small groups to ensure efficiency in collaborative work. Part of resource-based learning strategies are **the use of tools, literature, dictionaries, reference books, and online resources**. A large number of students prefer to work with electronic resources, which is also the advantage of the online learning platform. Therefore, the eLearning course usually contains a "supplementary literature/application" section of each course that contains useful links, dictionaries, reference books, atlases, etc., which facilitates student access to the required information at any time and everywhere, and at the same time contributes to the development of strategies to use additional sources of information.

2.3 Learning styles and electronic resources

In contrast to the traditional understanding of learning, according to which knowledge is transferred from the teacher to the learner, constructive pedagogy considers learning to be an autonomous process of active construction of knowledge, and is determined by attitudes, experience, and already existing knowledge of learners.

It sees learning as an active, autonomous, constructive, situational and social process (Mandl, Krause, 2001), and not a reflection of the knowledge the teacher possesses. In other words, learning is an individual and socially-driven process of constructing knowledge in a given social context (Maturana, Varela, 1987). Individual differences between people in learning have been the subject of research before the introduction of computer-based and online-based learning. Common for the different theories is the understanding that under the same conditions people achieve different learning outcomes due to different pre-training, motivation and intellectual abilities of individual learners. It is also supposed that different people have different abilities or preferences about the senses and channels of perceiving new information, which leads to the emergence of different needs as to how to teach or present new knowledge. These personality traits and individual preferences are usually summed up with the notion of "learning style".

Typically, incoming information is perceived by learners differently depending on the mode of transmission - reading a text, listening to a lecture or interview, talking, writing an own text, etc. The electronic platform allows to take into consideration both the common (indicative) models for the participation of individual activities and information channels (media) in the effective learning of the teaching material as well as the individual preferences and abilities of the participants, i.e. their preferred learning styles. There are over 80 models of learning styles and the same number of definitions of the concept. The most common model with some variations is based on the sensory perception of incoming information. Wester distinguishes, for example, three main types: auditive (by listening and speaking), optical-visual (viewing and observing), and haptic (by touch and sensation) (Vester, 2001). Such a variant is also used by Kleinschroth (2005), which distinguishes the following three types of learners: **visual, verbal, and kinesthetic**. According to one of Richard Feldher's (1988) oldest models, there are five basic learning styles:

- **Learners** can easily understand and store the information **actively and reflectively** during discussions, practical application of the lesson or its explanation to others. **Reflective** learners prefer to think about things quietly. Group work is preferred by the **active**, while reflexive avoid it. Both subtypes do not like listening to lectures and taking notes, and when taking part in a course, such as an electronic one that does not offer opportunities for discussion and problem solving, one should think of similar online tasks where group participants can exchange information open to them or explain separate questions to each other.
- **Sentient and intuitive learners** prefer facts and details, methodical approach to material and problem solving as they are rather practical and cautious and need a connection with reality and (practical) examples. The sentient are typically patient in the details and are interested in practical work, while the intuitive ones are open to new concepts and are better suited to abstractions and mathematical formulas.
- **Visual and auditory/verbal learners.** Visual learners prefer to perceive and process information through films, images, symbols, tables, data, diagrams, demonstrations and simulations. Auditory/verbal learners prefer words in oral and written form, oral expositions. The best result is obtained when verbalpresentation is combined with a visual presentation, which means that the maximum amount of visual materials - diagrams, schemes, pictures, images, animations, videos, etc. - should be included in the e-course to illustrate the verbally presented topic.
- **Sequential and global learners.** Gradually, learners tend towards a linear and logically coherent consistency and understanding of the curriculum, solving the problems step by step and successively. Global learners teach leaps without a visible connection, accidentally making connections between things, but solving problems faster. E-Courses have a sequential nature, as the course material is given in logical order, but it also provides an opportunity for global learners to link the individual elements of the curriculum using the hypertext structure to construct their own paths to knowledge.
- **Inductive and deductive learners.** Inductive learners assimilate the learning content by summing up the study of the pathway from private to general, and prefer to find regularities through observation, comparison, and generalization. They attach great importance to experience in the field, while deductive learners love the visuals and examples, apply the theoretical formulations in practical solution to a particular problem and adhere to the rules and definitions.

There are a number of other learning styles, but the table below shows as an example the relationship between the learning styles described above and certain forms, tasks and exercises from a virtual course or an electronic learning environment, as the division is conditional and a large part of the tasks and exercises refer to more than one style of learning.

Table 1: Learning styles and their relationship with an e-learning course

Learning styles	Preferred learning activities and elements in an electronic learning environment / e-course
Active and reflexive learners Kinesthetic / haptic	role-playing games, discussions, internet research and projects, online tasks for group work and collaboration, discussions, problem solving, constructing knowledge in context
Sensual and intuitive learners Optical-visual style	pictures, charts and graphs, practical tasks, simulations, case studies, colors to accentuate the important issues
Visual and auditory / verbal Verbal / Audience	instructions, listening exercises, movies, images, symbols, tables, data, charts, simulations, oral presentations of results, combination of verbal and visual presentation
Sequential and global learners	logically structured teaching materials, sequence of theory and tasks, hypertext structure, choice of sequence, access to more sources, argumentation exercises, conducted internet search
Inductive and deductive learners	writing summaries, finding dependencies and common indicators, exercises for generalizing or specifying information,

3. CONCLUSION

The interactions considered relate to the teachers' daily and professional discourse, and at the same time characterize patterns, learning styles, or typical learning and educational processes. The processes of acquiring knowledge and competencies do not depend only on the peculiarities and preferences of the individual learners, but also on the learning object, the situations in which the learning process takes place, as well as external resources such as time, space, social characteristics and others side factors. Therefore, under different conditions, learners will choose different learning strategies, which in turn predetermines the style and success of the learning process. The structure of the learning resources offered by an electronic platform enables taking into account all these additional factors and delegates to the learner the conscious choice of strategy, approach and media channel for obtaining information and its processing according to its leading learning style.

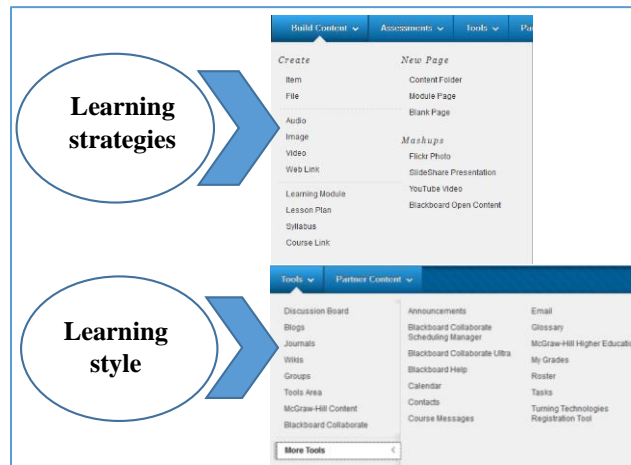


Fig. 3: Choices depending on strategies and learning styles

In conclusion, it is worth mentioning that within the learning platform there is bilateral diversification - the teacher has the tools to use different media channels to provide the necessary learning resources (texts, graphics, images, films, audio and video recordings of lectures etc.), sort them logically or in accordance with defined cognitive learning processes, provide additional materials of any kind. The trainee is not obliged to follow the teacher's logic – under different circumstances students choose their preferred style of learning and organize individually their way to knowledge in accordance with the chosen strategy and method of working with educational materials. Therefore, in the future, beyond the final positive or negative assessments, eLearning will gradually be matched to the traditional pedagogical paradigm for the benefit of learners and the learning process itself.

REFERENCES

- [1] Baumert, J. (1993), Lernstrategien, motivationale Orientierung und Selbstwirksamkeitsüberzeugungen im Kontext schulischen Lernens. *Unterrichtswissenschaft*, 21, p. 327-354
- [2] Felder R.; Silverman L. (1988), Learning and teaching styles in engineering education. *Journal of Engineering Education*, 7 (78), p. 674-681
- [3] Friedrich, H.F., Mandl, H. (1992) (Hrsg., Lern- und Denkstrategien. Göttingen: Hogrefe Verlag
- [4] Gabler Wirtschaftslexikon, <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/diversifikation-34156>
- [5] Kleinschroth, R. (2005), *Sprachen lernen. Der Schlüssel zur richtigen Technik*, 4. vollständig überarb. u. erw. Aufl., Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt
- [6] Lompscher, J. (1996), *Lernstrategien- eine Komponente der Lerntätigkeit*. LLF- Berichte 13, Frankfurt
- [7] Mandl, H., Friedrich, H.F. (2006), *Lernstil*. In: Mandl, H., Friedrich, H.F. (Hrsg.) *Handbuch Lernstrategien*. Göttingen: Hogrefe Verlag
- [8] Mandl, H., Krause, U.-M. (2001), *Lernkompetenz für die Wissensgesellschaft* (Forschungsbericht Nr. 145), München: Ludwig-Maximilians-Universität, http://epub.ub.uni-muenchen.de/253/1/FB_145.pdf
- [9] Maturana H. R., Varela F. J. (1987), *Der Baum der Erkenntnis. Die biologischen Wurzeln des Erkennens*, Goldmann, München
- [10] Schiefele, U., Streblow, L. (2006), *Motivation aktivieren*. In: Mandl, H., Friedrich, H.F. (Hrsg.) *Handbuch Lernstrategien*, Göttingen: Hogrefe Verlag
- [11] Tönshoff, W. (2007), *Lernerstrategien*. In: *Handbuch Fremdsprachenunterricht*. Herausgeber Bauch, K.-R., Christ, H., Krumm, H.-J. A. Franke Verlag Tübingen, 5. Auflage. p. 331-335
- [12] Vester, F. (2001), *Denken, Lernen, Vergessen*. Sonderausgabe (28. Aufl.), München, DTV

THE ABSORPTIVE CAPACITY OF KNOWLEDGE AND NEW TECHNOLOGIES IN COMPANIES FROM KOSOVO

Herolinda Murati-Leka

Faculty of Business and Economics, South East European University, Macedonia

muratiherolinda@gmail.com

Abstract: To compete successfully in today's economy, companies have to treat the knowledge as their core asset. Moreover, the companies should value the role of knowledge workers as crucial factor for company's development and success. The purpose of this paper is to examine the process of absorption of new technologies and knowledge within a company. This study shows how Kosovar companies are open due to new knowledge and technological news. What do they know about knowledge workers? What are the strategies for practical application of the knowledge on these companies? To answer to these questions, first the companies were distributed into three distinct profiles. Then the three different profile companies were evaluated with regard to their openness to internet and import-export transactions. The three profiles of companies taken to this study were: ICT companies, financial companies and production companies.

Consistent with the extant research, the evidences from the survey finds that the openness of Kosovar companies due to new technological changes and knowledge are in positive correlation with their openness to internet and the import-export fluctuation of products and services with international companies. This happens for two reasons. The first one is because of the demand from international companies with whom Kosovar companies are in business relationship. And the second one is, because of their initiative to increase the competitiveness of the company. The study utilizes a survey data set collected from 60 different companies, and statistically analyzes their absorptive capacity of knowledge and new technologies. The comparison of the three profiles shows that the companies with high both openness to internet and import-export transactions are likely to outperform the companies with low import-export transactions and low openness to internet on empirical analysis and measurement. As conclusion, the study finds that the companies with high import-export transactions but low openness to internet have shown a lack of absorption and practical application of new knowledge and technology. It is recommended that the companies with highly skilled employees should perform an exploratory strategy delegated to every single employee in order to innovate itself and to increase the absorptive capacity of knowledge, such processes should exist in these companies naturally even without managerial control.

On the other hand, companies with low skilled employees should involve experts as consultants in innovation in order to increase the absorption capacity of knowledge and new technologies.

Keywords: knowledge, knowledge workers, absorptive capacity, innovation.

1. INTRODUCTION

Today, we are living in the era of globalization which is identified with a rough transition period, with faster flow of information, communications, products and services which increases the complexity of doing business. Therefore the need for adaptation of the companies in this environment is essential. As a result, living with these constant changes brings the need for increasing the absorptive capacity of knowledge and technological changes as a way of surviving in this dynamic era. These changes appear as a result of political and social change dynamics. With the coming of the internet workflow began to be modified resulting with the transformations of the structure of companies and simultaneously personalized products and services led to successive alternations in lifestyle. To compete successfully in today's economy, companies have to treat the knowledge as their core asset. Moreover, the companies should value the role of knowledge workers as crucial factor for company's development. But what does it mean to be a knowledge worker? The term "knowledge worker" was first coined by Drucker (1996); he noted that the knowledge workers would be the most valuable assets of a 21st century company because of their high level of productivity and creativity. Further, knowledge work can be differentiated from other forms of work by its emphasis on "non-routine" problem solving that requires a combination of convergent and divergent thinking (Reinhardt, Schmidt, Sloep, Drachsler, 2011). The purpose of this paper is to examine the process of absorption of new technologies and knowledge within a company. This study shows how Kosovar companies are open due to new knowledge and technological news. What do they know about knowledge workers? What are the strategies for practical application of the knowledge on these companies? Therefore, the aim of this study is to present a relatively authentic model of managerial approach which will serve especially to Kosovar companies in their effort to manage efficiently with the changes in the era of globalization and information explosion.

2. LITERATURE REVIEW

In this part, the focus would be to present initially some of the results of scientific research realized by other authors in studies related to the absorptive capacity of knowledge by companies and the importance of knowledge in the companies’ success. In previous researches, the concept of absorptive capacity of knowledge has been proven to be highly useful for a better understanding of knowledge transfer within organizations (Cohen and Levinthal, 1990; Dyer and Singh, 1998; Lane and Lubatkin, 1998; Zahra and George, 2002), and consequently for the competitive advantage of firms (Lane et al, 2006).

Cohen and Levinthal (1990) define the absorptive capacity of knowledge as the ability to recognize the value of external knowledge situated in other firms (source), to assimilate it, and to apply it to commercial ends. Indeed, the main intention of this paper is to find the best models of commercialization of the knowledge applicable for Kosovar companies and wider, rather than focusing only on defining what absorptive capacity of knowledge is. Zahra and George (2002) suggest viewing absorptive capacity as capabilities. They define absorptive capacity as being made up of four organizational capabilities: acquisition, assimilation (incorporation), transformation and exploitation. It has also been recognized that absorptive capacity is a multi-level construct, which has been studied at the country, inter-organizational and organizational levels of analysis (for reviews see Zahra and George, 2002; Lane et al, 2006). If the absorptive capacity of knowledge in companies is seen with the lens of process perspective, the focus should be on the individual level i.e. on the employee’s level. However, the individual level, i.e. “the role of individuals in developing, deploying, and maintaining absorptive capacity” (Lane et al, 2006: 853), has been largely overlooked in previous research. This is a serious limitation, since Cohen and Levinthal (1990) in their original conceptualization argue that an organization’s absorptive capacity depends on the absorptive capacities of its individual members. As the majority of papers in this field, the idea of bypassing employees from absorptive capacity model is accepted to be incorrect and creates shortcomings in the understanding of the concept, for several reasons. The main reason is that individuals are primary actors in knowledge creation, and key repositories of knowledge in organizations, as agreed by several “knowledge-based view of the firm” scholars (Grant, 1996; Felin and Hesterly, 2007), and also recognized in the original conceptualization of the term (Cohen and Levinthal, 1990). In the end, the level of codification (Kogut and Zander, 1992), that means, the level to which the knowledge is fully documented or expressed, and the extent to which the knowledge to be absorbed is independent or is made by a set of interrelated components (Teece, 1986); the higher the tastiness and interrelated components of knowledge the higher the complexity would be. This paper addresses this research gap by investigating how openness to internet and import-export transaction can be related to absorptive capacity of knowledge within a company. The paper investigates this question on the micro-level in order to gain a rich understanding of the processes enabling companies to absorb knowledge from outside, i.e., to understand their absorptive capacity.

The role of knowledge in achieving organizational performances is essential both in the development of small businesses and of whole economy [1]. In terms of intangible resources of the organization, knowledge and knowledge management are among the most important.

3. RESEARCH METHODOLOGY, EMPIRICAL ANALYSIS

The research made on this paper has been divided into two main parts: the exploratory research and the research based on questionnaires. For data processing, it has been used the SPSS v.23.

First, the companies were distributed into three distinct profiles (Table 1). The three profiles of companies taken to this study were: ICT companies, financial companies and production companies. The data shown on Table 1 has been deducted from the survey of the companies which were respondents to the questionnaire research as we can see afterwards.

Table 1. The differentiation of companies into three profiles

	ICT companies	Financial companies	Production companies
Import-export transactions	High	Moderated	High
Openness to internet	High	High	Low
Absorption method of knowledge	Single worker responsibility and willingness	Defined pattern/ human resources dep.	Not related
Employees’ average level of skills	High	High	Moderated
Knowledge of companies about knowledge workers	High	High	Moderated

Exploratory research- In order to find which are the factors of increasing the absorptive capacity of knowledge and new technologies it has been developed a brainstorming session with 9 managers, 3 from each profile companies shown ahead. The participants have determined the most important factors of the increasing of knowledge absorption capacity in their companies. These factors have been represented in the Ishikawa diagram in Figure 1, divided into 6 categories: Employees, Methods, Equipment/Internet, Business environment, Academic cooperation and Money. Participants also have ranked these factors using Likert scale, according 1 point to them with low impact to the studied issue, 3 points to them with medium impact, and 9 points to them with high impact (Table 2). They have selected 5 factors with high impact: managers’ training, partnership with universities, the openness to internet, digitalization and the import-export transactions.

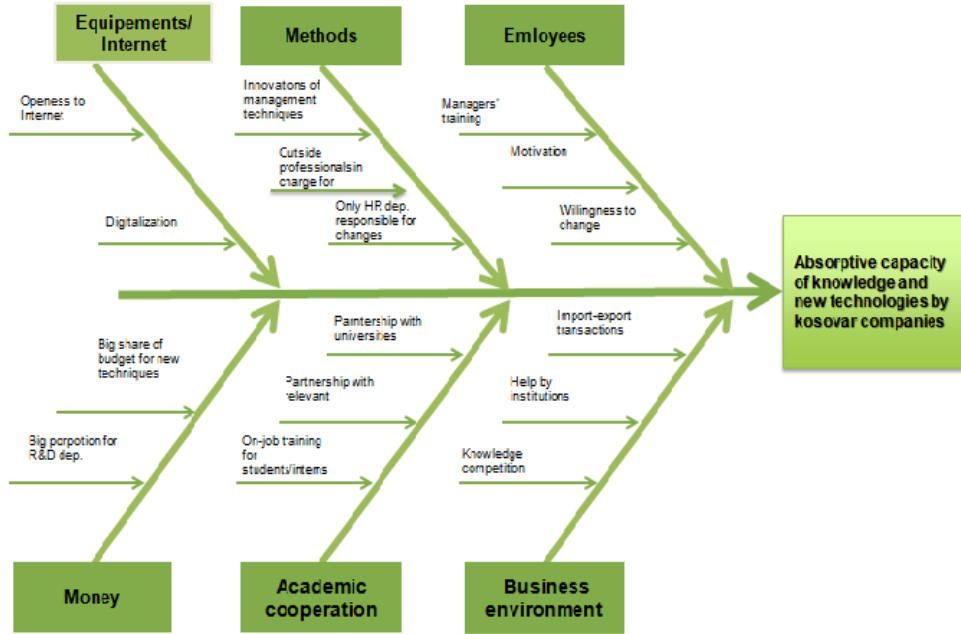


Figure 1. Ishikawa diagram absorptive capacity of knowledge in Kosovar companies

Factor	Category	Code	Impact
Managers’ training	Employees	E1	9
Motivation	Employees	E2	3
Willingness to change	Employees	E3	3
Import-export transaction	Business environment	Be1	9
Help by institutions	Business environment	Be2	3
Knowledge competition	Business environment	Be3	1
Individual approach for changes	Methods	Me1	3
HR dep. In charge for changes	Methods	Me2	1
Outside professional in charge for changes	Methods	Me3	1

Partnership with universities	Academic cooperation	Ac1	9
Partnership with related institutions	Academic cooperation	Ac2	3
On-job trainings for students/interns	Academic cooperation	Ac3	3
Openness to internet	Equipment/Internet	Ei1	9
Digitalization	Equipment/Internet	Ei2	9
Big share of budget for new techniques	Money	Mo1	3
Big proportion for R&D dep.	Money	Mo2	1

Table 2. Factors for increasing the AC of knowledge and new technologies by Kosovar companies

After having a clear view about the impact of factors that affect the absorptive capacity of knowledge and new technologies in Kosovar companies, a research based on questionnaires have been conducted.

Research based on questionnaires- The research for the needs of this study has been conducted in October 2018. In total, 60 companies from Kosovo have been selected to fill a questionnaire and explained the details and the purpose of survey and its benefits, in order to motivate them to participate. To the respondents it has been presented a list of the factors that influence the most the absorptive capacity of knowledge and new technologies (according to Table 2) and they have been asked to mention which of these factors have more impact to absorptive capacity in their own companies. Filled-in questionnaires have been returned and the results are presented in the Table 3.

Factors of absorptive capacity of knowledge and new technologies	Frequency	Score	Percentage	Cumulative percentage
Managers' training	14	126	9.26%	9.26%
Motivation	10	30	2.21%	11.47%
Willingness to change	4	12	0.88%	12.35%
Import-export transaction	51	459	33.75%	46.10%
Help by institutions	7	21	1.54%	47.64%
Knowledge competition	8	8	0.59%	48.23%
Individual approach for changes	3	9	0.66%	48.89%
HR dep. In charge for changes	19	57	4.19%	53.08%
Outside professional in charge for changes	7	7	0.51%	53.59%
Partnership with universities	3	27	1.99%	55.58%

Partnership with related institutions	11	33	2.43%	58.01%
On-job trainings for students/interns	21	63	4.63%	62.64%
Openness to internet	50	450	33.09%	95.73%
Digitalization	4	36	2.65%	98.38%
Big share of budget for new techniques	1	3	0.22%	98.60%
Big proportion for R&D dep.	19	19	1.40%	100.00%
			100.00%	

Table 3. Scores obtained by the factors of absorptive capacity of knowledge and new technologies in Kosovar companies

It has to be mentioned that the score given to a factor (third column in Table 3) was obtained by multiplying the frequency of its selection by the respondents (second column in Table 3) with the impact it has on the analyzed issue (last column in Table 2). The comparison of the actual status of openness to internet and import-export transactions of companies (shown on Table 1) with the results of the survey (on Table 3) shows that the companies with high both openness to internet and import-export transactions are likely to outperform the companies with low import-export transactions and low openness to internet on empirical analysis and measurement. In addition, the study finds that the companies with high import-export transactions but low openness to internet have shown a lack of absorption and practical application of new knowledge. Consistent with the extant research, the evidences from the survey of this study finds that the openness of Kosovar companies due to new technological changes and new knowledge are in positive correlation with their openness to internet and the import-export fluctuation of products and services with international companies. This happens for two reasons. The first one is because of the demand from international companies with whom Kosovar companies are in business relationship. And the second one is, because of their initiative to increase the competitiveness of the company. As shown in Table 1 the knowledge of the three profile companies about their knowledge workers changes. The ICT and Financial companies has shown a high knowledge about their knowledge workers, the production companies have shown a medium knowledge about this issue.

4. CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

In general, it seems that a consensus that the openness to internet and the import export transaction are the most influential determinant of the absorptive capacity of knowledge and new technologies in the companies from Kosovo in general exists. The relations between these two factors and business growth are constantly changing and developing. For this purpose, it is recommended that the companies need to adopt such organizational form which will enhance the openness to internet and absorb the innovations brought from other companies by import-export fluctuations of product and services. Furthermore, the evidences from the survey have found that the high import-export transaction are not enough to increase the absorptive capacity of a company, to improve that, it has to be correlated with the openness to internet. The recommendation is that the organizational structure of companies should support the openness to internet which has been identified as a knowledge activator for the generation of innovation and knowledge. In the end, it is recommended that the companies with highly skilled employees should perform an exploratory strategy delegated to every single employee in order to innovate itself and to increase the absorptive capacity of knowledge, such processes should exist in these companies naturally even without managerial control. On the other hand, companies with low skilled employees should involve experts as consultants in innovation in order to increase the absorption capacity of knowledge and new technologies. The companies should embrace this study and include it in their own strategies; because it seems that companies that already have high application of the factors found on the study seems to outperform the others that are low in this measurement. However, further studies are needed in this area to determine more closely the relationship and effects between these two determinants and the absorptive capacity of knowledge and new technologies of companies.

REFERENCES

- [1] Drucker, P.F. (1996). *Landmarks of tomorrow: A report on the new post-modern world*. New Jersey: New Brunswick: Transaction.
- [2] Reinhardt, W., Schmidt, B., Sloep, P., & Drachsler, H. (2011). Knowledge Worker Roles and Actions- Results of Two Empirical Studies. *Knowledge and Process Management*, 18(3), 150-174.
- [3] Cohen, W., & Levinthal, D. (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152.
- [4] Dyer, J., & Singh, H. (1998). The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage. *The Academy of Management Review*, 23(4), 660-679.
- [5] Lane, P., & Lubatkin, M. (1998). Relative Absorptive Capacity and Interorganizational Learning. *Strategic Management Journal*, 19(5), 461-477.
- [6] Zahra, S., & George, G. (2002). Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension. *The Academy Of Management Review*, 27(2), 185-190.
- [7] Lane, P. J., Koka, B. R., & Pathak, S. (2006). The Reification of Absorptive Capacity: A Critical Review and Rejuvenation of the Construct. *Academy of Management Review*, 31(4), 833-863.
- [8] Zahra, S & George, G. (2002). Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension. *The Academy of Management Review*, 27(2), 185-203.
- [9] Grant, R. (1996). Toward a Knowledge-Based Theory of the Firm. *Strategic Management Journal*, 17, 109-122.
- [10] Felin, T., & Hesterly, W. (2007). The Knowledge-Based View, Nested Heterogeneity, and New Value Creation: Philosophical Considerations on the Locus of Knowledge. *The Academy of Management Review*, 32(1), 195-218
- [11] Kogut, B., & Zander, U. (1992). Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities, and the Replication of Technology. *Organization Science*, 3(3), 383-397
- [12] Teece, D. (1986). Profiting from Technological Innovation: Implications for Integration, Collaboration, Licensing and Public Policy, 285-305.

THE POSITION AND PERSPECTIVES OF CREATIVE INDUSTRIES IN BALKAN COUNTRIES

Damaschin MarianaAcademy of Economic Studies of Moldova, Moldova, damaschin.mariana@ase.md

Abstract: The Creative Industries were defined in the Government's 2001 Creative Industries Mapping Document as „those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property”.

This article presents the current position and perspectives of creative industries around the worldwide and in some Balkan countries. The influence of imported models of creative industries is reviewed in parallel with an in-view of the global creative industries on the local production and distribution where their influence on the infrastructural as well as content level is taken into account. For example, the UK has been a leader in the development of this agenda, not just as a driver of the economy but also promoting social inclusion, diversity and development.

The article also indicates the lack of cultural and other public policies in the field of creative industries throughout the region - if they are present they are not suitable to the local situation. The article denotes that the situation in the region is still very diverse and that the conditions for the further enhancement of creative industries are still not developed. Taking into account the heterogenic situation throughout the SEE region the author outlines some recommendations for creative industries that would be create the framework of strategies for sustainable cultural development.

Keywords: creative industries, Balkan countries, creative labor, economic contribution, development strategies.

All around the world, the „creative economy” is talked about as an important and growing part of the global economy. Governments and creative sectors across the world are increasingly recognising its importance as a generator of jobs, wealth and cultural engagement. But twenty years ago the terms „creative economy” and „creative industries” did not even exist. Yet when ancient traditions of cultural work and cultural industry - designing, making, decorating and performing - began to be woven together with a wider range of modern economic activities – advertising, design, fashion and moving image media – and, even more importantly, began to be given much greater reach through the power of digital technology - that was the moment when the ‘creative economy’, as most people use the term, was truly born.

A number of different models have been developed as a means of providing a systematic understanding of the structural characteristics of the cultural and creative industries. The most important model was proposed by DCMS, which includes 13 sectors:

- Advertising
- Architecture
- Art and antiques market
- Crafts
- Design
- Fashion
- Film and video
- Music
- Performing arts
- Publishing
- Software
- Television and radio
- Video and computer games [1].

The creative industries refuse to lie down and be measured like other sectors of the economy, and that is why economists and statisticians will probably never stop debating about how to define them and how to estimate their worth. To make matters yet more complicated, many of the people working in the creative industries, including some of the most influential and successful practitioners, do not regard themselves as working in an ‘industry’ at all. They are much more likely to define themselves as individual creators, entrepreneurs, artists, or even social activists rather than as industrial workers. They may choose not to define what they do primarily in economic terms. But the creative industries also include some of the biggest and most powerful businesses in the world, like software

companies and media conglomerates. Together, these industries, large and small, are becoming an increasingly significant part of the global economy [2].

In 2012, Department for Culture, Media & Sport proposed a new list of classification and measuring the Creative Industries that are as shown in Table 1 below.

Table 1: List of Creative Industries proposed by DCMS in 2012

Sectors of Creative Industries		Employment		
Code	Description	Sector (000s)	Creative (000s)	% creative
58.1	Publishing of books, periodicals and other publishing activities, to include	177	91	51.3
58.11	Book publishing			
58.12	Publishing of directories and mailing lists			
58.13	Publishing of newspapers			
58.14	Publishing of journals & periodicals			
58.19	Other publishing activities			
58.2	Software publishing, to include	18	8	42.9
58.21	Publishing of computer games			
58.29	Other software publishing			
59.1	Motion picture, video and television programme activities, to include	98	55	56.6
59.11	Motion picture, video & TV programme production activities			
59.12	Motion picture, video & TV programme post-production activities			
59.13	Motion picture, video & TV programme distribution activities			
59.14	Motion picture projection activities			
59.2	Sound recording & music publishing activities	13	5	43.1
60	Programming and broadcasting activities, to include	60	34	57.4
60.1	Radio broadcasting			
60.2	TV programming & broadcasting activities			
62.01	Computer programming activities	215	118	54.9
62.02	Computer consultancy activities	255	80	31.4
70.21	PR & communication activities	22	14	63.3
71.11	Architectural activities	99	62	63.0
73.1	Advertising, to include	123	56	45.5
73.11	Advertising agencies			
73.12	Media representation			
74.1	Specialised design activities	103	61	59.0
74.2	Photographic activities	47	35	73.9
74.30	Translation and interpretation activities	20	16	83.6
85.52	Cultural education	28	12	43.9
90.0	Creative, arts and entertainment activities, to include	140	101	72.5
90.01	Performing arts			
90.02	Support activities to performing arts			
90.03	Artistic creation			
90.04	Operation of arts facilities			
	All	1,415	749	52.9

Source: Labour Force Survey, March 2011 – April 2012

In terms of comparisons with the broad sectors used in the DCMS estimates, the proposal reduces these from thirteen to seven. The table below shows the comparison, but the main changes are:

Table 2: Comparison between DCMS broad sectors and proposed broad sectors

DCMS sectors	Proposed sectors	Changes
1	2	3
Advertising	Advertising and marketing	Widened to include marketing
Architecture	Architecture	Same
Arts and antiques	None	Not included in proposed classification
Crafts	None	Not included in proposed classification
Design	Design and designer fashion	Conflated to form a single sector
Designer fashion		
Film and video	Film, TV, video, radio and photography	Conflated to form a single sector
Television and radio		
1	2	3
Interactive leisure software	IT, software and computer services	Conflated to form a single sector
Software and computer services		
Music	Music, performing and visual arts	Conflated to form a single sector and defined differently in terms of SIC codes
Performing arts		
Publishing	Publishing	Same

Source: Labour Force Survey, March 2011 – April 2012

The international trade of creative goods has seen sustained growth and expanded strongly in the last decades (see Chart 1). The total exports of creative goods rose in value terms by 47 per cent to \$473,791 million in 2012. In terms of imports, the value expanded by 56 per cent for the same period [4].

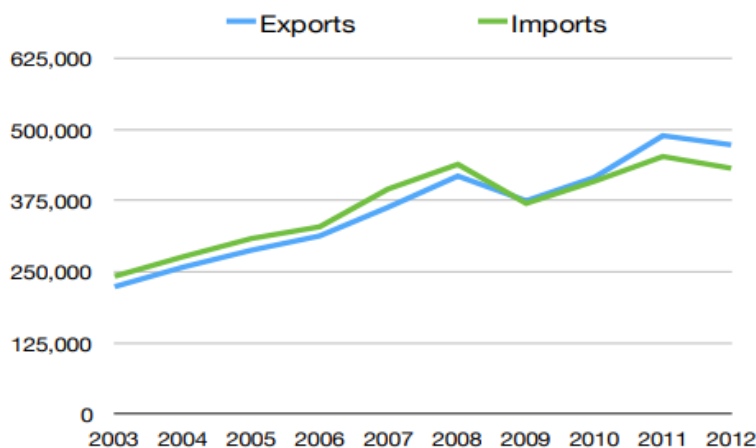


Chart 1. Exports and Imports of Creative Goods Worldwide, 2012, value in million US\$

Source: UNCTAD Global database on creative economy

The global market for traded creative goods and services totalled a record of \$547,513 millions of dollars in 2012, as compared to \$302,058 billion in 2003. It is important to note that several countries reported a decline between year 2011-2012 data. This is due to changes in methodologies related to the transition to the HS 2012 version in which many countries did not report data at the time (it was recently launched). This will be corrected with an update of the UNCTAD database [4].

In terms of sectorial exports of goods from creative industries, in 2012 about 69 per cent was accounted for by design and new media, and the remaining 31 per cent by publishing, visual arts, art crafts, audiovisual and performing arts. Dates are presented in chart 2 below.

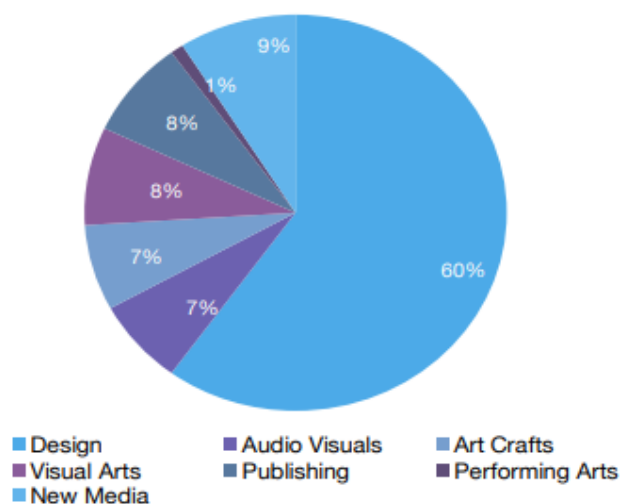


Chart 2. Exports of creative goods, by group, 2012, %

Source: UNCTAD Global database on creative economy

In Southeastern Europe the beginning of cultural industrialization was evident in the socialist period, but its true growth begun with the fall of socialism and with the development of different varieties of „capitalisms” in these countries. In this article the region of Southeastern Europe (SEE) comprises of the following countries: Albania, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, Croatia, Former Yugoslav Republic of Macedonia (FYROM), Kosovo, Moldova, Montenegro, Romania, Slovenia, and Serbia. Since it is the youngest among the countries in question and because the data on Kosovo is rather scarce, it was not referred to it specifically in this article. Especially taking into account that four of the countries in question are already members of the European Union (Bulgaria, Croatia, Romania and Slovenia), three of them are candidate countries (FYROM, Montenegro and Serbia), three of them are potential candidate countries (Albania, Bosnia and Herzegovina and Kosovo), while Moldova is still taken in the status of „other states”.

In West Balkan was mark the next indicators:

- Economic contribution about 9% GVA per year (UNESCO classification);
- Employment share about 5,66%;
- Labour force (till 34 years old);
- 90% small companies with 5 - 10 employed;
- High educated people 45 - 55% of total employment;
- „Creativization index” - intensity of „creativization” of economy [5].

The analysis continues with the description of the situation of the creative industries in Bulgaria and Romania.

Table 3: Country profile of Bulgaria, value in millions US\$

Indicators	Creative Industries Trade Performance					
	2003			2012		
	Exports	Imports	Balance	Exports	Imports	Balance
All Creative Industries	274.67	441.42	-166.75	401.79	632.06	-230.27
All Creative Goods	171.46	252.07	-80.61	358.80	531.64	-172.85
All Creative Services	103.22	189.35	-86.14	43.00	100.41	-57.42

Source: United Nations Conference on Trade and Development, Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries, 2015.

As shown in Table 3, Creative industries exports of goods and services reached \$401 million in 2012. Imports exceed exports reaching \$632 million, generating a trade deficit of \$230 million. This result can also be seen in Chart 3.

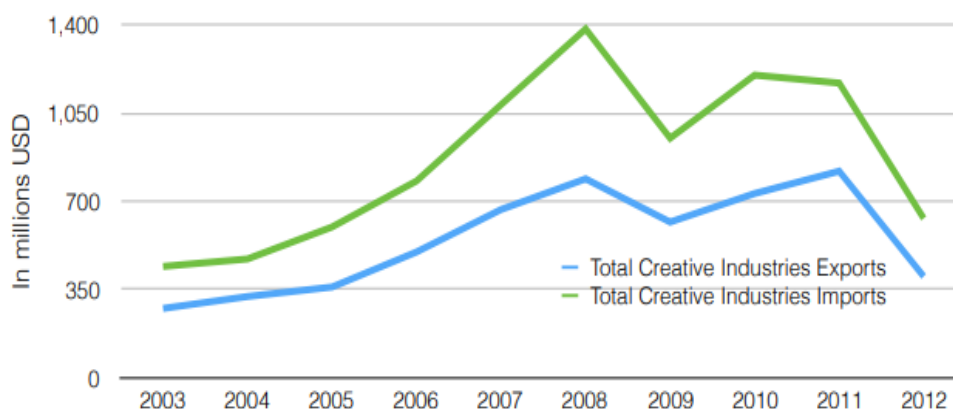


Chart 3. Bulgaria: Creative Industry Trade Performance, 2003-2012

Source: United Nations Conference on Trade and Development, Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries, 2015.

The design industry, particularly, interior and fashion design have been showing positive growth and has been receiving international recognition in design competitions. Further, the Bulgarian fashion industry is also a leading sector of creative industries (see in Chart 4).

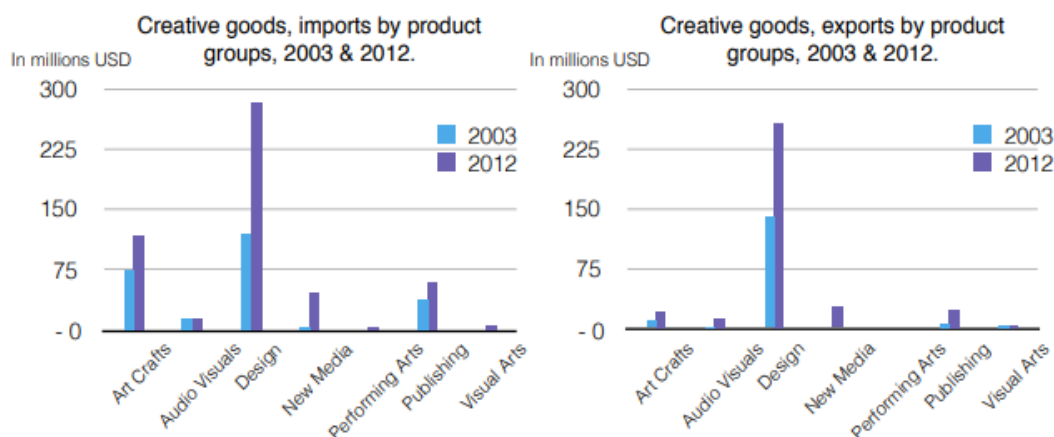


Chart 4. Creative goods, imports and export by product groups, Bulgaria, 2003 & 2012.

Source: United Nations Conference on Trade and Development, Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries, 2015.

According to the Observatory of Economy of Culture, Bulgaria's movie industry is among the highest growing sector in Europe.

Table 4: Country profile of Romania, value in millions US\$

Indicators	Creative Industries Trade Performance					
	2003			2012		
	Exports	Imports	Balance	Exports	Imports	Balance
All Creative Industries	1,337.54	1,210.24	127.30	1,399.16	1,947.90	-548.74
All Creative Goods	954.12	780.44	173.67	1,302.36	1,258.82	43.54
All Creative Services	383.43	429.80	-46.37	96.81	689.08	-592.27

Source: United Nations Conference on Trade and Development, Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries, 2015.

Romania's creative industries imports increased from \$1,210.2 million in 2003 to \$1,947.9 million in 2012. Exports increased by only \$62 million resulting in a negative trade balance of \$548.7 million. This result can also be seen in Chart 5.

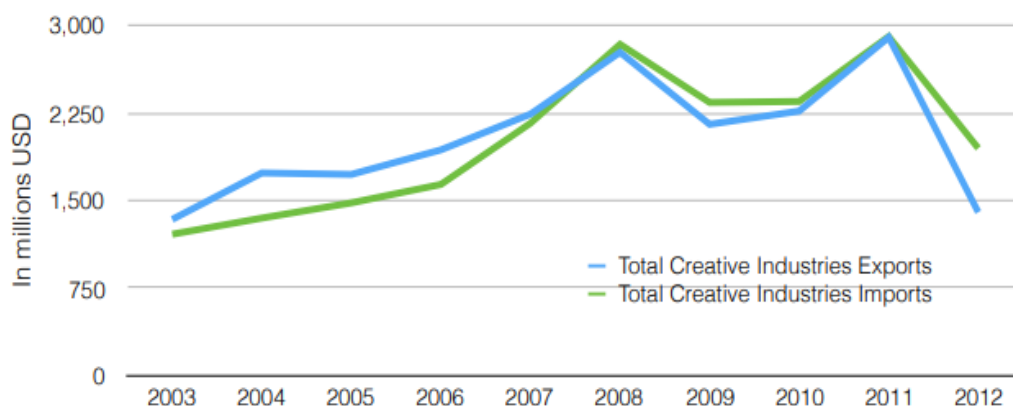


Chart 5. Romania: Creative Industry Trade Performance, 2003-2012

Source: United Nations Conference on Trade and Development, Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries, 2015.

Design, art crafts, publishing and new media are the creative goods products with a better performance in 2012 (see in Chart 6).

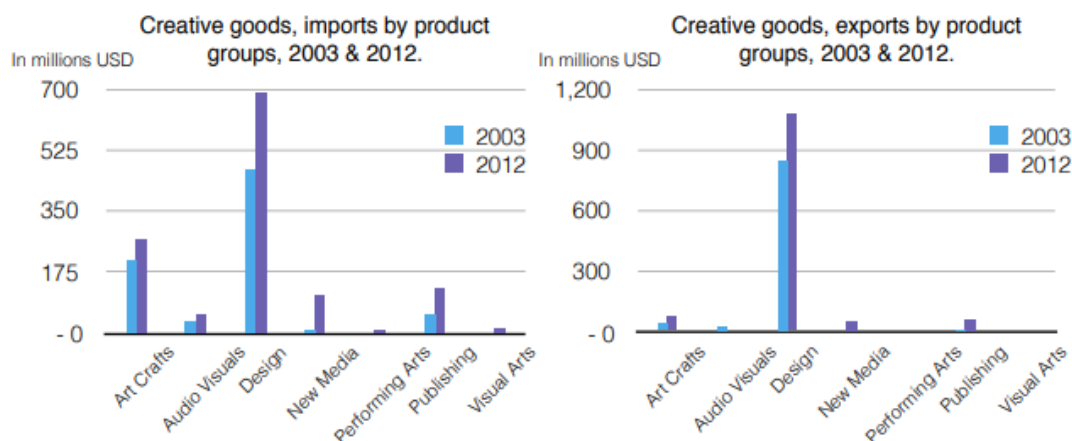


Chart 6. Creative goods, imports and export by product groups, Romania, 2003 & 2012.

Source: United Nations Conference on Trade and Development, Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries, 2015.

CONCLUSIONS

1. The creative economy has become a powerful transformative force in the world today. Its potential for development is vast and waiting to be unlocked. It is one of the most rapidly growing sectors of the world economy, not just in terms of income generation but also for job creation and export earnings.
2. Unlocking the potential of the creative economy involves promoting the overall creativity of societies, affirming the distinctive identity of the places where it flourishes and clusters, improving the quality of life where it exists, enhancing local image and prestige and strengthening the resources for imagining diverse new futures. In other words, the creative economy is the fount, metaphorically speaking, of a new “economy of creativity”, whose benefits goes far beyond the economic realm alone.
3. In Europe, but also globally, many studies have been prepared in order to ‘measure the impact’ or ‘map the contribution’ of cultural and creative industries, either on the national, regional or local levels. However, in contrast to the body of literature that documents strategies for regeneration adopted throughout Europe, there has been limited comprehensive analysis of this area of cultural policies (as well as of other public policies) in selected countries of Southeastern Europe (SEE).

4. Southeastern Europe is a rather differentiated whole, with many diversities across the region, but what can be viewed from this macro level in-view into the situation is that the conditions for a further enhancement of the local cultural and creative industries are still not well developed. Local markets are mainly unorganized and are not connected, and the networking of cultural and creative programs is minimal. Cultural and other public policies in this field are almost nonexistent; the models for development imported from outside of the region are present but are not attuned to the local situation.
5. In West Balkan, economic contribution of Creative Industries was about 9% GVA per year (UNESCO classification), employment share was about 5,66%; was record 90% small companies with 5 - 10 employed;
6. Creative industries exports of goods and services reached \$401 million in 2012. Imports exceed exports reaching \$632 million, generating a trade deficit of \$230 million. The design industry, particularly, interior and fashion design have been showing positive growth and has been receiving international recognition in design competitions. Further, the Bulgarian fashion industry is also a leading sector of creative industries. According to the Observatory of Economy of Culture, Bulgaria's movie industry is among the highest growing sector in Europe.
7. Romania's creative industries imports increased from \$1,210.2 million in 2003 to \$1,947.9 million in 2012. Exports increased by only \$62 million resulting in a negative trade balance of \$548.7 million. Design, art crafts, publishing and new media are the creative goods products with a better performance in 2012.

BIBLIOGRAPHY

- [1] Creative Economy Report 2013, special edition, widening local development pathways, ISBN 978-92-3-001211-3.
- [2] John Newbigin, The Creative Economy: an introductory guide
- [3] Jaka Primorac, The Position and Perspectives of Cultural and Creative Industries in Southeastern Europe.
- [4] United Nations Conference on Trade and Development, Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in international trade in creative industries, 2015.
- [5] Hristina Mikić, Creative Industries in SEE.

COACHING AS A STRATEGIC MANAGEMENT TOOL

Velislava Nikolaeva

Varna Free University „Chernorizets Hrabar”, Bulgaria, nikolaeva100@abv.bg

Abstract: In the last few years, the use of coaching in the management of the business organization has become more and more popular. The new requirements for global environmental behavior and global competition support the established need to improve the tools for managing indoor environment factors that lead to the sustainable formation of competitive advantages and to increasing the efficiency of management. On the other hand, the evolution of the business organization also implies a continuous improvement of the management tools in order to better meet the objectives and increase the effects from the realized activities and processes. This is the argumentation of the defended thesis in the present study, namely: Coaching can be used as a management tool that helps to create sustainable competitive advantages, supports the implementation of organizational goals and positively influences the organization's working climate. In view of the sustainability of the results and benefits to the organization from the use of coaching, it is advisable that it can be done by managers who are specially trained to do so.

The aim of the study is to follow the scientific discussion on the essence and specifics of coaching in the management of the business organization. On this basis, to systematize and critically analyze the relevance of coaching as a strategic management tool to increase the individual and complex results of the activities carried out in the organization.

In order to achieve the research goal, analysis and synthesis of specialized literature, problematic, systemic and functional analysis are used. In the course of developing the report, focus is placed on the specifics of coaching and its relevance to business organization management, including its potential to be used to form and develop sustainable competitive advantages and achieve strategic success. The term "synergic coaching effect" is used and substantiated.

The author's understanding of coaching ability to generate synergic effects is formed on the basis of established direct and indirect benefits to the organization as a result of using coaching to solve different kinds of problems that lead to a general and individual increase in the results of the activities performed, to improving the professional suitability of employees and managers.

This statement does not deny the benefits to the organization from using an external coach, as well as the training of employees of the organization for implementing internal coaching. Based on the systematic and analyzed information about the coaching specifics, it is concluded that the organization should train its managers to conduct coaching. In this way, the manager's skills are increased and another problem solving tool is mastered. At the same time, the trust between him and his coaching staff is growing, which can be seen as one of the prerequisites for turning the manager into a leader. Coaching by a manager in the process of solving internal organizational problems, not by an outsider or a trained coach, also saves time, as it misses the stage in which regardless of the type of coaching chosen - whether external or internal with a coach who is not the manager, the latter must get acquainted with the results achieved to take the necessary action.

This is another argument in support of the defended thesis that coaching can successfully be used as a strategic tool for managing the business organization.

Keywords: management, strategic management, coaching, coaching process, strategic success.

КОУЧИНГЪТ КАТО СТРАТЕГИЧЕСКИ ИНСТРУМЕНТ ЗА УПРАВЛЕНИЕ**Велислава Николаева**

Варненски свободен университет „Черноризец Храбър”, nikolaeva100@abv.bg

Резюме: През последните няколко години използването на коучинг в управлението на бизнес организацията придобива все по-голяма популярност. Новите изисквания за поведение в глобална среда и глобална конкуренция аргументират установената необходимост от усъвършенстване на инструментариума за управление на факторите на вътрешната среда, които да доведат до устойчиво формиране на конкурентни предимства и до повишаване на резултатността на управлението. От друга страна, еволюцията на бизнес организацията също предполага непрекъснато усъвършенстване на управленския инструментариум с оглед по-доброто изпълнение на целите и повишаването на ефектите от осъществяваните дейности и процеси. С

това се аргументира защитаваната теза в настоящата разработка, а именно: коучингът може да се използва като управленски инструмент, който съдейства за формирането на устойчиви конкурентни предимства, подпомага изпълнението на организационните цели и влияе положително на работния климат в организацията. С оглед устойчивостта на резултатите и ползите за организацията от използването на коучинг, препоръчително е той да може да се осъществява от мениджърите, които да бъдат специално обучени за това.

Целта на разработката е да се проследи научната дискусия относно същността и спецификите на коучинга в управлението на бизнес организацията. На тази основа да се систематизират и критично анализират границите на приложимост на коучинга като стратегически управленски инструмент за повишаване на индивидуалните и комплексни резултати от осъществяваните дейности в организацията. За постигането на изследователската цел са използвани анализ и синтез на специализирана литература, проблемен, системен и функционален анализ. В хода на изграждане на изложението на доклада фокус е поставен върху спецификата на коучинга и неговата приложимост в управлението на бизнес организацията, в това число и потенциала му да се използва за формиране и развитие на устойчиви конкурентни предимства и постигане на стратегически успех.

Използван и аргументиран термина „синергичен коучинг ефект“. Авторовото разбиране за способността на коучинга да генерира синергични ефекти се формира на база установените преки и косвени ползи за организацията в резултат на използването на коучинга за решаване на различни по характер проблеми, които водят до общо и индивидуално повишаване на резултатността от извършваните дейности, както и до подобряване на професионалната пригодност на служителите и мениджъри.

С настоящото изложение не се отричат ползите за организацията от използването на външен коуч, както и от обучението на служителите на организацията за осъществяване на вътрешен коучинг. Въз основа на систематизираната и анализирана информация за спецификите на коучинга се стига до извода, че организацията трябва да обучава своите мениджъри за осъществяване на коучинг. По този начин се увеличават уменията на мениджъра и се усвоява още един инструмент за разрешаване на проблеми. Заедно с това се увеличават доверието между него и неговите служители, за които е прилаган коучинг, което може да се възприеме и като една от предпоставките за превръщане на мениджъра в лидер. При осъществяването на коучинг от мениджър в процеса на разрешаване на вътрешно организационни проблеми, а не от външен коуч или служител, обучен за коуч, се пести и време, тъй като се пропуска етапа, в който независимо от избрания вид коучинг – външен, или вътрешен с коуч, който не е мениджъра, последният трябва да се запознае с постигнатите резултати, за да предприеме от своя страна необходимите действия. Това е още един аргумент в подкрепа на защитаваната теза, че коучингът успешно може да се използва като стратегически инструмент за управление на бизнес организацията.

Ключови думи: управление, стратегическо управление, коучинг, коучинг процес, стратегически успех

Област: Обществени науки

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Промените във външната среда на бизнес организацията налагат промени в управлението на вътрешната среда, с което се аргументира необходимостта от усъвършенстване на управленския инструментариум.

От своя страна коучингът успешно може да се прилага в практиката на мениджърите за отстраняване на различни проблеми, тъй като той има пряко положително влияние върху поведението на служителите и води до формирането на редица синергични ефекти. Именно на това се основава защитаваната теза в разработката, а именно, че коучингът може да се използва като управленски инструмент, който съдейства за формирането на устойчиви конкурентни предимства, подпомага изпълнението на организационните цели и влияе положително на работния климат в организацията. В изложението се възприема разбирането, че с оглед устойчивостта на резултатите и ползите за организацията от използването на коучинг, е препоръчително той да може да се осъществява от мениджърите, които да бъдат специално обучени за това.

2. СЪДЪРЖАТЕЛЕН ОБХВАТ НА КОУЧИНГА

Спецификата на коучинга в специализираната литература е подробно анализирана. В най-общия смисъл коучингът се представя като:

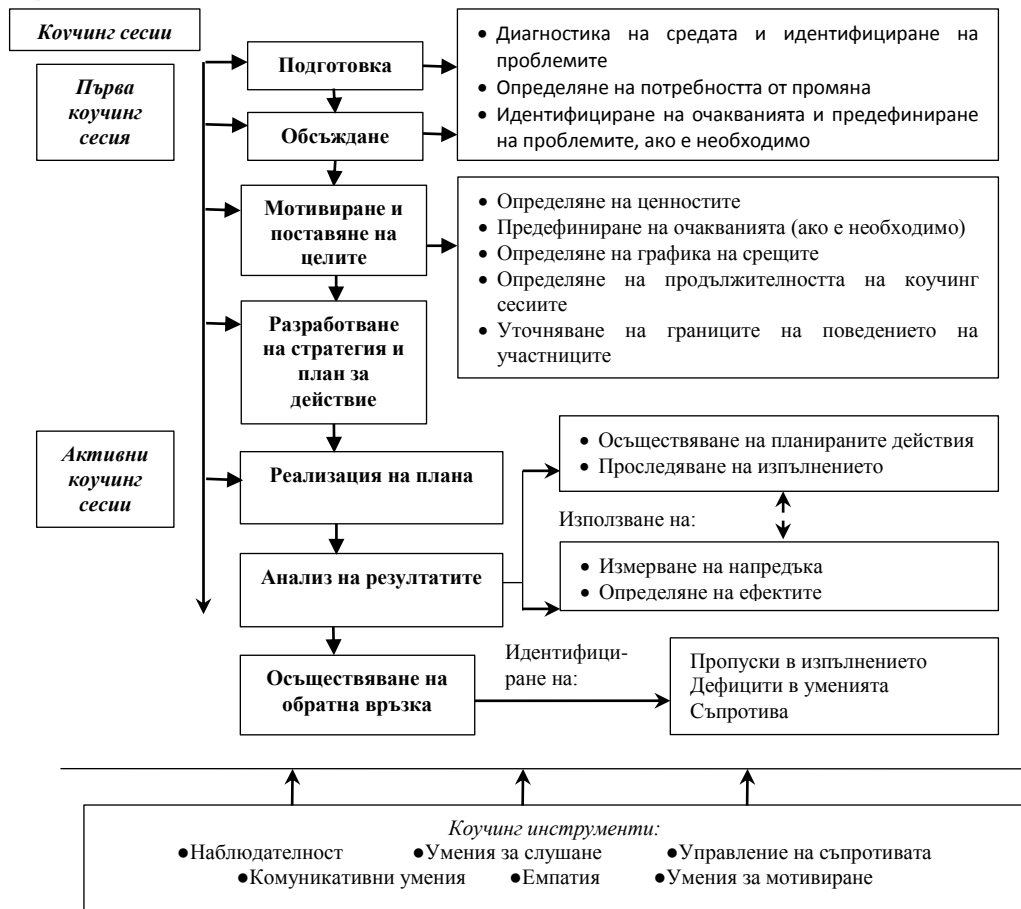
- *Процес и дейност.*¹⁰ Коучингът е процес, позволяващ разкриване на потенциала на личността или групата в хода на изпълнение на целите. Коучингът е и дейност, предполагаща персонализирано

¹⁰ За повече информация виж: Добротворский, И. *Коучинг – личная тренировка: помощь в решении самых запутанных проблем в управлении, бизнесе и карьере*, Москва, (2006). Harvard Business Essentials. *Коучинг и менторство*. София, С: Класика и Стил, (2008).

консултиране. Той използва разнообразни подходи, които осигуряват дългосрочна ориентация и развитие на личността или групата. Чрез него успешно могат да се усъвършенстват уменията на хората, да се подпомага дългосрочното им развитие, както и развитието на системите, от които са част.

- **Инструмент за мотивация и разкриване на потенциала на хората**¹¹ Коучингът влияе върху мотивацията и позволява оказване на помощ на някого, в резултат на която се развива желана компетенция. Той е и ефективен метод, чрез който може да се подобри представянето на личността и в частност – на служителите. Коучингът позволява отключване на потенциала на хората и води до максимизиране на тяхната успеваемост.
- **Специфичен управленски инструмент и метод**¹² Коучингът позволява повишаване ефективността на работата и усъвършенстване на професионалните навици на служителите. Чрез използването на силата на въпросите в зависимост от степента на професионална пригодност на служителите и при подходящ подбор на стила на управление, коучингът е ефективен метод за осъществяване на промени, тъй като той е насочен към промяна и е предпоставка за случване на промяна. Коучингът е творчески метод, водещ до личностно изменение не само на коучвания, но и на коуча. Коучингът е метод, чрез който мениджърите работейки с подчинените си им съдействат за придобиване и развиване на умения, които водят до повишаване на професионалната им пригодност.

Във фигура 1 е визуализиран процеса на коучинг, който е приложим и в управлението на бизнес организацията.



Фиг. 1 Процес на коучинг

¹¹ За повече информация виж: Богданова, М. *Подбор и оценяване на персонал*. София, С: УИ „Св. Климент Охридски“, (2013), Ландсбърг, М. *Коучинг*. Москва, М: Эксмо, (2006), Уитмор, Дж. *Коучинг за високи постижения*. София, С: НЛП България, (2012).

¹² За повече информация виж: Клаттербак, Д. *Командный коучинг на рабочем месте*. Москва, М: Эксмо, (2008). Ландсбърг, М. *Коучинг*. Москва, М: Эксмо, (2006), О’Конър, Дж., А. Лейджис. *Коучинг с НЛП*. София, С: НЛП Тренинг Център, (2012), Стак, Э. *Коучинг на предприятии*. Москва, М: Институт консультирования и системных решения, (2006).

Коучингът е процес, посредством който могат да се генерират редица положителни ефекти за организацията. Като по-значими сред тях могат да се посочат:

- разкриване вътрешния потенциал на личността, обект на коучинг;
- повишаване успеваемостта и способността за адаптация на индивида;
- увеличаване знанието на коучвания за самия него и за значимостта му в трудовия процес;
- повишаване на мотивацията и производителността, и способства за осъществяването на промени;
- подпомагане изпълнението на организационните цели и по-лесно съвместяване на личните с тях;
- увеличаване на ефективността на управлението и на авторитета на ръководителя;
- повишаване на професионалната пригодност на целия длъжностен състав, участващ в коучинг процеси.

3. ПРИЛОЖЕНИЕ НА КОУЧИНГА В УПРАВЛЕНИЕТО НА ОРГАНИЗАЦИЯТА

Използвайки систематизираните по-горе положителни ефекти, които могат да се генерират в следствие осъществяването на коучинг, приложимостта му в управлението на бизнес организацията може да се аргументира с:

- Чрез коучинга се насърчава креативността, увеличава се самопознанието и се разкрива потенциала на личността. В този смисъл може да се твърди, че коучингът подпомага развитието на знанието на индивида и позволява учене чрез себепознаване и емпиричен опит.
- Коучингът може да се прилага върху отделна личност или върху група хора. Това увеличава границите на неговото приложение в бизнес организацията, тъй като в зависимост от поставените цели, може да се определя броя на служителите, които да са обект на коучинг.
- Използването на коучинг улеснява осъществяването на промени, което е предпоставка за повишаване на резултатността.
- В бизнес организацията коучингът може да се осъществява от външен коуч, вътрешен коуч и коуч-мениджър. В настоящата разработка се възприема разбирането, че най-добре за организацията е, коучингът да се осъществява от мениджър (мениджърите) след подходящо за целта обучение. Основанията за това твърдение могат да бъдат видени в таблица 1.
- Коучингът позволява целево трансфериране на знанието, получено по време на коучинг сесиите в практиката на бизнес организацията.
- Използването на коучинг в бизнес организацията е предпоставка за генериране на синергични ефекти.

Коучингът в бизнес организацията може да бъде вътрешен и външен. Външният коучинг се осъществява от нает коуч, а вътрешният от специално обучен служител-коуч или от мениджъра (мениджърите), който също е обучен за коуч. В таблица 1 са систематизирани резултати от проведено сравнение между вътрешния и външния коучинг и спецификите при използването им в бизнес организацията.

Таблица 1. Сравнение между външен и вътрешен коучинг

Критерии	Външен коуч	Вътрешен коуч	Мениджър коуч
Степен на познаване на специфичната работна среда	малка	ограничена до голяма	голяма
Възможност за формално влияние	малка	ограничена	голяма
Възможност за непосредствено наблюдаване на процеса	голяма	голяма	голяма
Възможност за вземане на управленско решение в следствие на резултатите от коучинга	малка	малка	голяма
Възможност за планиране и осъществяване на промени в бизнес организацията като резултат от коучинга	малка	малка	голяма
Място на осъществяване в йерархията на системата	предимно на топ равнище	на различни равнища	на различни равнища
Възможност за проследяване на напредъка след приключване на коучинга	малка	голяма	голяма
Възможност за оценка и непосредствено влияние и върху други процеси в	малка	ограничена	голяма

организацията			
Възможност за идентифициране на синергични ефекти в бизнес организацията като резултат от коучинга	малка	ограничена	голяма
Възможност за идентифициране на организационни проблеми без те да са непременно свързани с коучинга	малка	ограничена	голяма
Възможност за увеличаване на професионалната пригодност и компетентност на коуча ¹³	малка	малка	голяма

Източник: авторова разработка

Както е видно от представената таблица, най-големи са ползите именно в онези от случаите, в които коучингът се осъществява от мениджъра.

В хода на изясняване на приложимостта на коучинга в управлението на бизнес организацията от значение са границите на неговата приложимост, както и ползите, и рисковете, които могат да се генерират в организацията в следствие негово прилагане.

Ползите от прилагането на коучинг в бизнес организацията от мениджърите могат да се систематизират в три основни групи:

- ползи за личността, която е обект на коучинг;
- ползи за организацията;
- ползи за коуча – мениджър.

Коучингът успешно може да се прилага при разрешаването на проблеми от различно естество като например – повишаване на професионалната пригодност на мениджъри и служители, при делегиране на права, при вземане на решения, при мотивирането на персонала, при целепологането и осъществяването на стратегическото развитие на организацията, при оказване на индивидуална помощ и подкрепа на служители и екипи, за изграждане на лидери и др.

Както вече е отбелязано, прилагането на коучинг в бизнес организацията носи не само ползи, но е и предпоставка за формиране на ситуации, които могат да се определят като рискови. В този смисъл като по-значими рискове при прилагането на коучинг от мениджърите могат да се посочат:

- Необходимо е време за обучение на мениджъра да осъществява коучинг.
- Мениджърът трябва да усвои и осъществява две различни по характер и съдържание роли – на ръководител и на коуч. Те изискват различен набор от знания, умения и компетенции, а усвояването им и последващото им демонстриране в работна среда може да се окаже затруднено от влиянието на различни обективни и субективни фактори.
- Мениджърът е формален ръководител, което може да бъде пречка при осъществяването на коучинг, тъй като резултатите от коучинга зависят от изграденото доверие между коуч и коучван. За това е важно мениджърът да се ползва с уважението на своите служители.
- Коучингът отнема време. В условието на времеви дефицит прилагането на коучинг също се затруднява.

Независимо от систематизираните рискове при осъществяването на коучинг в бизнес организацията, ползите, които се генерират в следствие неговото прилагане са значителни и значими, с което се обосновава защитаваната авторова позиция, че коучингът може да се използва успешно и да се възприема като стратегически управленски инструмент. Заедно с това коучингът води до формиране на синергични ефекти, които се генерират от непосредственото осъществяване на коучинга върху служител или служители, което в следствие води до положителна промяна в поведението на свързаните с тях подсистеми в организацията и на цялата организация. В настоящата разработка тези ефекти е възприето да се наричат „синергичен коучинг ефект“.

¹³ Има се предвид доколко е приложимо в бъдещата професионална дейност наученото по време на коучинга от самия коуч. В този смисъл коучът е специалист по коучинг – наученото по време на коучинг сесията няма да повиши неговата професионална пригодност на коуч. Подобен е резултатът и при вътрешния коуч, чието основно занятие в бизнес организацията е да осъществява коучинг. За разлика от тях, мениджърът не е само коуч. В своето ежедневие на мениджър, той може да използва наученото по време на коучинг сесията, за да подобрява своето управление, да повишава своя авторитет и да оптимизира организационните резултати.

Под „синергичен коучинг ефект“ следва да се разбира сумарния ефект, който се генерира в организацията, в резултат на прилагането на коучинг. В този случай трябва да се вземат под внимание не само преките ползи от прилагането на коучинг, а именно: ползите за личността, обект на коучинг, а и ползите за цялата организация, които ще се формират като резултат от:

- положителната промяна в поведението на коучвания служител при изпълнение на трудовите му задължения;
- положителната промяна в поведението на мениджъра, който по-добре започва да разбира поведението на своя служител или служители;
- новото умение, придобито от мениджъра, за да бъде коуч (този ефект ще се реализира, само ако коуча и мениджъра са едно и също лице);
- положителната промяна в поведението на коучвания служител при взаимодействието му с останалите служители, което мултиплицира първоначалната полза от коучинга;
- повишаване на възможността мениджъра, придобивайки ново качество на познанието за своите служители, да повиши резултатността от своето управление и да се превърне в лидер.

Всички тези ползи поединично или в съвкупност са предпоставка за увеличаване на резултатността от управлението и са основание да се твърди, че коучингът може да се използва като управленски инструмент със стратегическо значение.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предложеното изложение позволява формирането на следни изводи и обобщения:

Първо: Специфичната природа на коучинга изисква усвояването на специализирани знания и умения, посредством които той да може да се прилага от мениджърите в организацията. Прилагането на коучинг от външен коуч или от специално обучен служител, който не е мениджър, също генерира ползи, но те са относително по-малко в сравнение с тези, които се генерират, когато мениджърът е коуч.

Второ: Коучингът може да се възприеме като стратегически инструмент за управление на бизнес организацията, тъй като той предполага генерирането на ползи, някои от които по-трудно и бавно биха могли да се постигнат само с популярните подходи за управление. В този смисъл е целесъобразно мениджърите да получават специализирана подготовка за осъществяване на коучинг.

Трето: Коучингът води до генерирането на синергични ефекти, които се мултиплицират в организацията. В този смисъл под „синергичен коучинг ефект“ се разбира общата резултатност от прилагането на коучинг.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Бессер-Зигмунд, К., Х. Зигмунд. *Самокоучинг*. Санкт-Петербург, СП: Вернера Регена, (2010).
- [2] Бланчард, К. и др. *Лидерството и едноминутният мениджър*. София, С: Класика и Стил, (2011).
- [3] Богданова, М. *Подбор и оценяване на персонал*. София, С: УИ „Св. Климент Охридски“, (2013)
- [4] Добротворский, И. *Коучинг – личная тренировка: помощь в решении самых запутанных проблем в управлении, бизнесе и карьере*, Москва, (2006).
- [5] Клаттербак, Д. *Командный коучинг на рабочем месте*. Москва, М: Эксмо, (2008).
- [6] Ландсбърг, М. *Коучинг*. Москва, М: Эксмо, (2006).
- [7] О'Конър, Дж., А. Лейджис. *Коучинг с НЛП*. София, С: НЛП Тренинг Център, (2012).
- [8] Стак, Э. *Коучинг на предприятия*. Москва, М: Институт консултирования и системных решения, (2006).
- [9] Уитворт, Л., Х. Кимси-Хауз, Ф. Санда. *Коактивний коучинг*. Москва, М: МАК, (2004).
- [10] Уитмор, Дж. *Коучинг за високи постижения*. София, С: НЛП България, (2012).
- [11] Уитмор, Дж. *Coaching - Новый стиль менеджмента и управления персоналом*. Москва, М: Финансы и статистика, (2000).
- [12] Утърн, С., Т. Хорн. *Стратегическо мислене*. София, С: Класика и Стил, (2015).
- [13] Harvard Business Essentials. *Коучинг и менторство*. София, С: Класика и Стил, (2008).

INTERIM MANAGEMENT: KEY POINTS FOR SUCCESS

Şermin Şenturan

Bülent Ecevit University, Zonguldak, Turkey, senturansermin@gmail.com

Abstract : Interim management is defined as the temporary provision of management resources and skills, which can be seen as the short-term assignment of a proven executive manager to manage a period of transition, crisis, or change within an organization. In other words, interim management is the engagement by an organisation of a senior independent executive for a limited contractual period in a line management, staff or project role. The first phase in the interim management position is considered to be the “expectation, infrastructure, and exploring phase.” Expectations are high and team members are supportive and hopeful that interim manager will help them through change. If they've gone a long time without a leader, they may be hesitant and skeptical to get too close or share too much. It's truly the stage of golden opportunity where colleagues offer help and assistance to make the transition successful, even if it's temporary. Although the search for a permanent replacement continues, interim manager will begin to problem solve, organize, and stabilize the environment.

Humility becomes the interim leader's best asset, especially if the role is outside his/her typical experience or comfort zone. The longer the interim position continues, the sharper the reality becomes. Expanding responsibilities from overseeing one unit or department to multiple units or departments at the same time can become overwhelming and short-term daily operational issues may seem to be handled without long-term thought, commitment, and passion. The last phase is one of accommodation to the situation, developing solutions, and problem solving at an operational versus an institutional level.

Interim leadership roles filled from within an organization require leaders who take on additional responsibilities to effectively manage priorities, staffing, and, most of all, their time. There will be multiple competing priorities and deadlines in light of the additional responsibilities. If at all possible, interim manager should delegate some of those simple tasks to direct reports and accept the help of his/her colleagues. It will make them feel like they're contributing to the greater good and may spark a strength or project that may have gone undetected.

Keywords : interim management, leadership, temporary hiring

INTRODUCTION

Businesses are facing increasing pressures to overcome numerous financial and workplace challenges, which have resulted in the rise of the interim leadership role. There's a greater demand for veteran leaders to fill the gaps while permanent replacements are found for vacated positions (Chapp, 2014) Interim management is defined as the temporary provision of management resources and skills, which can be seen as the short-term assignment of a proven executive manager to manage a period of transition, crisis, or change within an organization.

Workforce changes are occurring at a rapid pace. Finding long-term replacements for key leadership positions is becoming increasingly complicated and may take an extended period of time. This can ultimately affect the business facility's financial and workplace outcomes. An organization can't flourish or deliver quality product or service without qualified managers efficiently leading the facility. A development dimensions survey of approximately 5,000 human resource leaders determined that as many as 82% of organizations experience a difficult time recruiting qualified managers (Collins and Collins, 2007) Filling the gaps that exist when a position has been vacated and open for an extended period of time is crucial to customer safety, staff development, and institutional success. The quickest and least disruptive way to fill these gaps is by identifying resources within the organization's facility, developing that talent, and promoting from within the organization.

If an organization had a hard time recruiting for manager positions or experienced a large number of leadership vacancies that remain open for numerous months, a year, and sometimes even 2 years, there are basically two solutions to fill those vacant positions. One of them is dividing the roles and responsibilities among the current members of the organization's leadership team. The other solution is recruiting for an interim manager from an outside firm.

Hiring someone from an outside firm to fill a leadership position in a large organization has the benefits of objectivity, coaching, and mentoring; knowledge of best practices; and an unbiased perspective (Collins and Collins, 2007). Tapping resources from within the existing leadership team can also have many benefits, including knowledge of the daily operational needs of the facility and team that promotes staff retention, satisfaction, safe patient care delivery, and fulfillment of the mission and vision of the organization. In addition, it can also result in

exposing an unidentified talent or a professional growth opportunity for leaders who've become disengaged due to the daily routine of their work or excite those leaders who've been seeking additional responsibilities.

Both interim leadership choices require careful thought, oversight, and management to ensure success. Depending on the circumstances, the choice requires careful consideration regarding the current goal and the final outcome. If a person has been identified as an interim leader, there are typically a few phases that he/she will experience to manage multiple departments and competing priorities during the interim term.

The first phase in the interim leadership position is considered to be the “expectation, infrastructure, and exploring phase.” Expectations are high and team members are supportive and hopeful that the interim manager will help them through change. If the employee have gone a long time without a leader, they may be hesitant and skeptical to get too close or share too much. It's truly the stage of golden opportunity where colleagues offer help and assistance to make the transition successful, even if it's temporary. Although the search for a permanent replacement continues, the interim manager will begin to problem solve, organize, and stabilize the environment. Lines of authority will take shape and he/she begin to prioritize to ensure staff success.

Humility becomes the interim leader's best asset, especially if the role is outside your typical experience or comfort zone. For example, transitioning from a leadership role as the regulatory compliance officer to the interim senior manager of a large department, the interim manager learn to ask many questions, rely on the colleagues for help, build consensus around projects, and get input from the team to move initiatives forward.

The second phase is when reality sets in and the manager decides what to take on and what to leave for the person who'll ultimately fill the position. Responsibilities tend to increase and decisions must be made in the best interest of the unit and organization. If the current leader is scheduled to return, it would be wise to get input, feedback, and suggestion on how to proceed. This solidifies trust and a relationship that will be needed when he or she returns. If the search for a replacement is still in progress, managers will act as they would if the position was them.

The interim manager should make decisions with the help of the leaders who support and guide the vision at the level at which he/she is currently working. Increasing workload, especially if he/she still has his/her own unit/department to oversee, will require precision, planning, and delegation to ensure that work gets completed that meets both his/her superior's and team members' expectations.

The longer the interim position continues, the sharper the reality becomes. Expanding responsibilities from overseeing one unit or department to multiple units or departments at the same time can become overwhelming and short-term daily operational issues may seem to be handled without long-term thought, commitment, and passion.

The last phase is one of accommodation to the situation, developing solutions, and problem solving at an operational versus an institutional level. This means realizing that he/she is only in the role to help guide, direct, and bridge the gap to a long-term replacement or the return of the current leader. He/she can't make institutional changes that won't be able to follow through with after someone has been hired and he/she return to his/her previous responsibilities.

In this phase, he/she may experience grieving or feelings of loss, such as loss of relationships developed during your time as interim leader, loss of a vision he/she may have developed with the team, or loss of accomplishment. THE interim manager were able to manage two areas, he/she believed he/she did it well, and now he/she will hand it off to the incoming leader. These feelings are normal; remember, always be proud of what the manager accomplished and help transition the next leader into the facility.

CHALLENGES FOR INTERIM LEADERS

Interim leadership roles filled from within an organization require leaders who take on additional responsibilities to effectively manage priorities, staffing, and, most of all, their time. There will be multiple competing priorities and deadlines in light of the additional responsibilities. If at all possible, the manager should delegate some of those simple tasks to direct reports and accept the help of his/her colleagues. It will make them feel like they're contributing to the greater good and may spark a strength or project that may have gone undetected.

Resentment may also be experienced by the team that the manager left behind or those sharing his/her limited resources. The manager should ensure that he/she touch base regularly with his/her own department. That team, although stable, can begin to act out if they feel they aren't getting enough of his/her time, leadership, guidance, and tutelage.

It may also be difficult for those to whom tha manager directly reported to treat he/she differently in a role that may be of equal responsibility to theirs. Take the time to understand their approach and don't assume his/her relationship is the same.

Time management will be the interim manager's greatest challenge. Initially, when taking on the new interim role, he/she will spend 60% of the time developing relationships, getting access to systems, acclimating to a new

schedule, fulfilling committee responsibilities, and understanding his/her role and place if you're at a higher leadership level than the one he/she currently manage.

SUGGESTIONS FOR SUCCESS

The interim manager should approach the first weeks and months assessing the new environment or department(s) he/she is overseeing. This can be done through staff meetings, surveys, or one-on-one conversations with all of direct reports. Determination of the interim manager of what their expectations are while he/she is the interim leader. This will avoid any misconceptions and set the stage for the interim leader to formulate a plan with the input of the team(s) he/she is leading.

The interim leader should recognize his/her own limitations and communicate them with direct reports. The manager isn't super human now that he/she has taken on additional responsibilities outside of normal workload. Honesty goes a long way when someone expects more than the manager knows he/she can deliver. The leader shouldn't take on more than he/she can handle, He/she should take the advice from previous leaders, colleagues, or direct reports to help guide in his/her efforts.

The manager should let it go and know that he/she isn't in the position permanently and he/she will relinquish the responsibilities to someone else he/she may or may not know. The manager should focus on how he/she can help the incoming leader succeed and celebrate all of the accomplishments he/she achieved during his/her interim role.

The interim manager should also take the time to learn from every experience along the way, use the lessons learned to reinvent or reengage himself/herself when he/she return to managing the department for which were hired. He/she should remember that he/she, too, won't be in his/her position forever. If the manager was to leave his/her position, who would to be chosen to take over in his/her absence? The ultimate goal of any organization is continuous leadership development to create a pipeline of future leaders who can easily transition into a leadership role permanently or fulfill a temporary interim role to address retirements, promotions, and other organizational changes.

REFERENCES

- [1] Alewell D., Bähring K., Thommes K. (2005) Institutional Structures of the Flexible Assignment of Personnel between Enterprises. An Economic Comparison of Temporary Agency Work, Interim Management and Consulting, *Management Review*, Vol.16, No.4, 475-493
- [2] Boyle C.J., Chesnut R., Hogue M.D., Zgarrick D.P. (2016) "The influence of interim deans: More than keeping the ship afloat and warning the captain's seat", *American Journal of Pharmaceutical Education*, 80 (7), Article 112
- [3] Chapp CA. (2014) "The rise of interim leadership. Trend offers new opportunities to veteran healthcare executives". *Healthcare Executive*, Vol.29, No.5, 58-60
- [4] Collins SK, Collins KS. (2007) "Changing workforce demographics necessitates succession planning in health care", *Health Care Management* Vol.26, No.4, 318–325
- [5] Insead G.C., Luo S., Tang Y., Tong J.Y. (2015) "Passing probation : Earnings management by interim ceos and its effect on their promotion prospects", *Academy of Management Journal*, Vol.58, No.5, 1389-1418
- [6] Jas P. (2013) "The role of interim managers in performance improvement: evidence from English local authorities", *Public Money and Management*, Vol.33, No.1, 15-22
- [7] McWilliam E., Bridgstock R., Lawson A., Evans T., Taylor P. (2008) "Who's dean today? Acting and interim management as paradoxes of the contemporary university", *Journal of Higher Education Policy and Management*, Vol.30, No.3, 297-307
- [8] Minto M. (2006) "Interim management as a value generator", *Journal of Medical Marketing*, Vol.6, No.2, 151-152
- [9] Robeson N. (2008) "Interim management: Is it the right career move", *Industrial and Commercial Training*, Vol.40, No.6, 300-302
- [10] Russam C.M. (2005) "Flexible resourcing: the strategic case for interim management", *Strategic Change*, 14, 157–163
- [11] Schleicher T., Walker M. (2015) "Are interim management statements redundant?", *Accounting and Business Research*, Vol.45, No.2, 229-255
- [12] Shirey MR. (2006) "Stress and coping in nurse managers: two decades of research", *Nurse Econ.* 24(4), 193–203
- [13] Smid G., Van Hout E., Burger Y. (2006) "Leadership in Organisational Change: Rules for Successful Hiring in Interim Management", *Journal of Change Management*, Vol. 6, No. 1, 35–51
- [14] Titzer J, Phillips T, Tooley S, Hall N, Shirey M. (2013) "Nurse manager succession planning: synthesis of the evidence", *J. Nurs Manag.* 21(7), 971–979

- [15] Vousden P.L. (2002) "Interim management: now a permanent feature of the workplace", *Industrial and Commercial Training*, Vol.34, No.3, 120-122
- [16] Liang X., Liu Y., Wu S., Zhang S. (2012) "Fending knights or masked kings: toward a theoretical framework of interim CEO succession", *Corporate Governance, The international journal of business in society*, Vol.12 No. 3, 367-377

EXPLORING THE INTERNAL STRENGTHS AND WEAKNESSES OF THE ORGANIZATION

Venelin Terziev

Full Member of the Russian Academy of Natural History,
Professor, Eng., D.Sc. (National Security), D.Sc. (Economics), D.Sc. (Social Activities), Ph.D.,
Russian Academy of Natural History, Moscow, Russia
Vasil Levski National Military University, Veliko Tarnovo, Bulgaria
University of Rousse, Rousse, Bulgaria, terziev@skmat.com

Marin Georgiev

National Military University, Veliko Tarnovo, Bulgaria, clementon@abv.bg

Abstract: The subject of this article is the genesis of the professional culture of personnel management. The last decades of the 20th century were marked by various revolutions - scientific, technical, democratic, informational, sexual, etc. Their cumulative effect has been mostly reflected in the professional revolution that shapes the professional society around the world. This social revolution has global consequences. In addition to its extensive parameters, it also has intensive ones related to the deeply-rooted structural changes in the ways of working and thinking, as well as in the forms of its social organization. The professional revolutions in the history of Modern Times stem from this theory.

Employees' awareness and accountability shall be strengthened. The leader must be able to formulate and bring closer to the employees the vision of the organization and its future goal, to which all shall aspire. He should pay attention not to the "letter" but to the "spirit" of this approach.

Keywords: strategic management, control, strategic planning.

ИЗСЛЕДВАНЕ НА ВЪТРЕШНИТЕ СИЛНИ И СЛАБИ СТРАНИ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА

Венелин Терзиев

действителен член на Руската академия по естествознание, професор,
доктор на икономическите науки, доктор на военните науки, доктор на науките Социални
дейности, Русенски университет „Ангел Кънчев”, Русе, България
Национален военен университет „Васил Левски”, Велико Търново, България
Руска академия по естествознание, Москва, Русия, terziev@skmat.com

Марин Георгиев

Национален военен университет „Васил Левски“ - Велико Търново, България, clementon@abv.bg

Резюме: Предмет на статията е генезисът на професионалната култура на персоналният мениджмънт. Последните десетилетия на 20^{-ия} век са минали под знака на различни революции – научно-техническа, демократична, информационна, сексуална и т.н. Техният кумулативен ефект найсилно се е отразил в професионалната революция, която в глобален мащаб формира професионалното общество. Тази социална революция има глобални последици. Освен екстензивни параметри тя има и интензивни, свързани с дълбоки структурни промени с начините на професионална дейност и мислене, а така също с формите на нейната социална организация. От тази гледна точка произтичат професионалните революции в историята на Новото време.

Необходимо е да се утвърждава осъзнаването и отговорността на служителите. Ръководителят трябва да е способен да формулира и да доведе до тях визията на организацията, бъдещата ѝ цел, към която трябва да се стремят всички. Той трябва да обръща внимание не на „буквата”, а на „духа” на този подход.

Ключови думи: стратегическо управление, контрол, стратегическо планиране.

ВЪВЕДЕНИЕ

Динамичният процес на стратегическото планиране е такъв „чадър”, под който се намират всички управленски функции на организацията. При използване предимствата на стратегическото планиране

организацията като цяло ще има ясни начин на оценяване на целите или направлението си. Процесът на стратегическото планиране осигурява основа за управление на личния състав на фирмата.

Стратегическото планиране е комплект от действия и решения, предприемани от ръководството, които водят до разработване на специфични стратегии, предназначени да помогнат на организацията да постигне своите цели. Стратегическото планиране е комплект от инструменти, подпомагащи за вземането на определени управленски решения. Неговата задача е да осигури нововъведения и изменения в организацията, които да бъдат на необходимото ниво.

ИЗСЛЕДВАНЕ НА ВЪТРЕШНИТЕ СИЛНИ И СЛАБИ СТРАНИ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА [1-11]

Важен проблем, който трябва да реши ръководството, е дали организацията (фирмата) със своите вътрешни сили ще може да се възползва от външните възможности, а така също да изясни вътрешното влияние на слабите страни, които могат да усложнят проблемите, свързани с външните опасности. Процесът, чрез помощта на който се осъществява диагнозата на вътрешните проблеми, се нарича управленско изследване. Управленското изследване е методична оценка на функционалните зони на организацията, предназначена за изясняване на нейните силни и слаби страни. При управленското изследване е целесъобразно да се включат пет функции: маркетинг, финанси (счетоводен отчет), операции (производство), човешки ресурси, а така също култура и имидж на фирмата.

Маркетинг

При изследване на функцията маркетинг следва да се разгледат седем общи области за анализ и изследване:

- Пазарна ниша и конкурентоспособност. Желаната ниша на пазара в проценти от произвежданата стокова продукция или услуги е съществена цел, която трябва да се контролира от ръководството на фирмата. Въпреки разпространеното мнение, че осигуряването на печалба няма необходимост да се контролира пазара или там да се заеме преобладаващо положение.
- Разнообразие и качество на асортимента на продуктите. Немалко фирми са доволни от единствен или ограничен асортимент на продуктите или услугите, докато в същото време други активно продават много изделия. При установяване на краткосрочни и дългосрочни цели обезателно ръководството трябва да контролира и оценява асортимента на произвежданите продукти.
- Пазарна демографска статистика. Сериозен проблем за ръководството представлява контрола на изменението на пазара и интересите на потребителите.
- Пазарни изследвания и иновации. Друг проблем е изследването и разработването на нови стоки и услуги, които да задоволяват текущите потребности на производителите.
- Пред продажно и след продажно обслужване на клиентите. Едно от слабите места в съвременното предприемачество е функцията обслужване. Ефективното и добронамерено обслужване способства да се продадат по-голямо количество продукти, то запазва лоялността на клиентите. Много фирми могат да продават на по-високи цени благодарение на доброто обслужване на клиентите.
- Ефективни продажби, реклама и пазарната ниша на продукта. Агресивната и компетентна група на продавачите може да се окаже ценен фактор за реализиране на продажбите. Координацията на продажбите, рекламата и пазарната ниша са съществена управленска функция.
- Печалба. Добрите продукти или стимулиращите усилия може да се окаже, че не са състоятелни, ако като резултат няма печалба.

Финанси (счетоводен отчет)

Анализът на финансовото състояние може да донесе полза на организацията и да съдейства за повишаване ефективността на процеса на стратегическото планиране. Има много „за” и „против” за провеждане на финансова ревизия на фирмата (табл.1). Като цяло предимствата на постоянен контрол на финансовото състояние значително превишава недостатъците и затрудненията на организацията.

Детайлният анализ на финансовото състояние може да покаже вече имащи и потенциални вътрешни слабости в организацията, а така също относителното ѝ положение в сравнение с конкурентите. Изучаването на финансовата дейност може да покаже на ръководството вътрешните силни и слаби страни в дългосрочна перспектива.

Табл.1 „За“ и „Против“ за анализ на финансовата дейност.

„ЗА“	„ПРОТИВ“
Анализът на финансовата дейност разрешава възникналите проблеми.	От миналия опит често се оказва, че не може да се състави проекция на бъдещето.
Количествената оценка на силните и слабите страни има съществено значение.	Финансовите данни не поддържат субективната интерпретация.
Много тенденции на финансовата дейност действително са устойчиви.	Бързите промени в технологията, пазара и икономиката правят текущата финансова информация ненужна.
Числата често се оказват по-значими, отколкото думите.	Анализът на финансовата дейност никога не се провежда в текущия момент. Тя винаги отразява „миналото“.

Операции

Твърде важно за „удължаване“ живота на фирмата е непрекъснатият анализ на управленските операции. Трябва да се отговори на някои ключови въпроси в хода на изследване на силните и слабите страни на функциите на управление на операциите:

1. Може ли да произведат стоки или услуги на по-ниска цена, отколкото конкурентите? Ако не, то защо?
2. Какъв достъп има до новите материали? Зависими ли сме от доставчика или от ограничени доставчици?
3. Нашето оборудване съвременен ли е и добре ли се обслужва?
4. Разчетени ли са количествата на материалните запаси за определено технологично време? Съществуват ли адекватни механизми за контрол на входящите материали и изходящите изделия?
5. Има ли вариант на сезонно търсене на продукцията, което ще бъде предпоставка за известно съкращение на работници? Ако е така, как може да се избегне тази ситуация?
6. Можем ли да обслужваме тези пазарни ниши, които не могат да се обслужват от нашите конкуренти?
7. Имаме ли ефективна и резултатна система за контрол на качеството?
8. Доколко ефективно е планиран и проектиран процесът на производство? Може ли да бъде подобрен?

Човешки ресурси

Съществени проблеми в организациите се пораждат от правилното набиране на човешките ресурси. Има редица въпроси, които трябва да се отчетат при изследване на силните и слабите страни на функцията на човешките ресурси (табл.2).

Чрез щателно разглеждане на всеки от тези въпроси ръководството може да открие потенциалните слаби зони и да предприеме съответните коригиращи мерки. Ако организацията има квалифицирани сътрудници и ръководители с добре мотивирани цели, тя е в състояние да изпълнява различни алтернативни стратегии. В противен случай ще се подложи на опасност бъдещата дейност на фирмата.

Табл.2. Някои проблеми, свързани с управление на човешките ресурси.

1	Как характеризирате труда на сътрудниците и какво се изисква от тях за бъдещата им работа?
2	Какви са компетентността и подготовката на висшето ръководство?
3	Има ли ефикасна и конкурентоспособна система за възнаграждения?
4	Има ли ред за приемственост на ръководните длъжности?
5	Ефективно ли се използва подготовката и повишената квалификация на ръководните работници?
6	Провежда ли се щателен анализ на системата за оценяване дейността на персонала?
7	Може ли да се подобри качеството на изделията и работата на сътрудниците чрез тяхното участие в управлението?

Култура и имидж на фирмата

Ръководството носи важна отговорност за запазване на вътрешното и външното състояние на организацията. Тези нетрадиционни фактори, както се оказва, имат решаващо значение за нейната успешна

дейност в дългосрочен период. Към тях се отнасят фирмената култура и имиджът. Културата отразява преобладаващите обичаи, нрави и очаквания в организацията. Ръководството използва тази култура за привличане на работници с определена професия и за стимулиране на определени типове поведения. Имиджът на фирмата, както вътре, така и навън, създава впечатление с помощта на сътрудниците, клиентите и общественото мнение като цяло. Това впечатление стимулира клиентите да закупуват продукти от нея, а не от други фирми.

Културата и имиджът подкрепят или отслабват репутацията на фирмата? Добра ли е репутацията по отношение на достигане целите ѝ? Била ли е тя последователна в своята дейност? Привлича ли тя добри работници? Отговорите на тези въпроси ще покажат доколко са удачни културата и имиджът. След провеждане на вътрешно изследване, изясняване на силните и слабите страни и подреждането им по степен на важност, ръководството може да определи тези зони, които изискват незабавно решаване и тези, които могат да почакат, за да се използват възможностите на външната среда. Определяйки вътрешните силни и слаби страни в съответствие с външните заплахи и възможности, ръководството е готово за избор на съответната стратегическа алтернатива.

СТРАТЕГИЧЕСКИ АЛТЕРНАТИВИ

След като ръководството е съпоставило външните заплахи и възможности с вътрешните силни и слаби страни, то може да определи стратегията, която ще изпълнява в бъдеще. На този етап ръководството е отговорило на въпроса „С каква работа ще се занимаваме?“ и вече трябва да отговори на въпросите: „Къде трябва да отидем?“ и „Как от нашата точка, в която се намираме сега, ще попаднем в друга точка, където искаме да бъдем?“.

Известни са четири основни стратегически алтернативи за вземане на решения. Ще се разгледа всяка от тях, причините поради които се приема дадена стратегия и дали тя ще се окаже успешна. Тези четири алтернативи са: ограничен растеж, растеж, съкращаване и съчетание от трите стратегии.

Ограничен растеж. Стратегическа алтернатива, към която се придържат голям брой организации, е ограниченият растеж. За него е характерно, че целите се формулират от предишния опит, коригирани с отчитане на текущата инфлация. Тази алтернатива се приема от стабилни организации, с рядко променяща се технология и тя е удовлетворена от своето състояние. Организациите избират тази алтернатива и поради това, че тя е най-лекият, най-удобният и най-безопасният рисков способ за работа. Ръководствата не обичат наличието на промени. Ако организацията е била печеливша в миналото, използвайки стратегията на ограничения растеж, то е сигурно, че и в бъдеще ще използва отново нея.

Растеж. Стратегията на растежа се реализира с ежегодно повишаване нивото на краткосрочните и дългосрочните цели в сравнение с миналогодишните. Тя е втората най-често прилагана алтернатива от организациите. Тя се приема в динамично развиващите се отрасли с бързо променящи се технологии. Тя може да се използва от ръководители, които използват диверсификацията (разнообразна номенклатура на продукцията) в своите предприятия, за да напуснат пазарите, които се намират в стагнация. При неустойчивите отрасли, където не се наблюдава растеж, обикновено се очаква банкрутиране на предприятията.

Исторически нашето общество е разглеждало растежа като благоприятно явление. За много ръководители растежът означава власт, а властта - това е благополучие. Много акционери разглеждат растежа и особено краткосрочния растеж като непосредствен ръст на благосъстоянието.

Растежът може да бъде вътрешен или външен. Вътрешният растеж може да се получи чрез разширение на асортимента на произвежданите продукти. Външният растеж най-често се получава от обединение на предприятия и корпорации.

Съкращаване. Алтернатива, която твърде рядко избират ръководителите и която се нарича „стратегия на последното средство“, е стратегията на съкращаване. За някои фирми съкращаването може да означава правилен път за рационализиране и преориентация на операциите. Алтернативата „съкращаване“ може да се срещне в няколко варианта:

Ликвидация. Най-радикалният начин за съкращаване чрез пълна разпродажба на материалните запаси и активи на организацията.

Отстраняване на излишното. Често фирмите считат за по-изгодно да закрият някои подразделения или видове дейности и да използват тези услуги от други фирми.

Съкращаване и преориентация. При неразвиваща се икономика много фирми предпочитат да съкратят част от своята дейност, с което да увеличат своята печалба. Към стратегията на съкращаване се

прибягва в тези случаи, когато дейността на организацията продължава да се влошава, при икономически спад или просто да се опази от банкрут.

Съчетаване. Към стратегията на съчетаване на изброените три алтернативи (ограничен растеж, растеж, съкращаване) обикновено се използват от големите фирми и корпорации, активно действащи в няколко различни отрасли.

ИЗБОР НА СТРАТЕГИЯ

След като ръководството е избрало подходяща стратегическа алтернатива, то избира конкретна стратегия. Целта е избор на стратегическа алтернатива, която максимално ще повиши дългосрочната ефективност на организацията. Окончателният избор на стратегията оказва съществено влияние на целия личен състав на организацията. Стратегическият избор трябва да бъде определен и еднозначен. Привързаността към даден избор често ограничава бъдещата стратегия, затова решението трябва да бъде щателно изследвано и оценено.

Опростена методика за определяне положението на организацията и възможностите на нейните продукти на пазара е разработена от Бостънската консултантска група. При анализа на портфейла (набор от варианти) на инвестициите се прави сравнение дали организацията, или нейните продукти на пазара растат с темповете на стопанската дейност.

Темп на ръста на пазара	Пазарен дял, контролиран от фирмата	
	ГОЛЯМ	МАЛЪК
ГОЛЯМ	I Позиция „Звезда“	II Позиция „Въпрос“
МАЛЪК	III Позиция „Дойна крава“	IV Позиция „Куче“

Фиг.1. Матрица на бостънската консултантска група.

На фиг.1 е показана матрицата на Бостънската група. Тя може да помогне при формиране на вариантите и избор на управленски решения. Например, ако изделието или услугата заемат голяма част от пазара и имат високи темпове на растеж (звезда), то фирмата ще се придържа към стратегията на растеж. От друга страна, ако продукта или услугата имат малка част на пазара и имат ниски темпове на растеж (куче), то фирмата може да избере стратегия „отстраняване на излишното“.

На стратегическия избор, реализиран от ръководителите, влияят различни фактори, някои от тях са:

Риск. Какво ниво на риска ръководството счита за приемливо? Рискът е фактор от живота на фирмата, но неговата висока степен може да я доведе до упадък.

Познаване на миналите стратегии. Често съзнателно или несъзнателно ръководството взема под внимание минали стратегически алтернативи, избрани от него.

Реакция на собствениците. Твърде често собствениците на акции ограничават гъвкавостта на ръководството при избора на конкретна стратегическа алтернатива.

Временен фактор. Факторът „време“ при приемане на решения може да способства за успеха или неуспеха на организацията. Реализирането даже и на добри идеи в неудачен момент може да доведе до загуби на фирмата.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Определянето на стратегията не е самоцел, а първата стъпка към създаване на бизнес план за дейността. Стратегията е основата, около която построяваме бизнес процесите, определяме квалификацията и изискванията към служителите, изготвяме финансови бюджети и прогнози, определяме методите и средствата за реклама и привличане на клиенти, съставяме графика за изпълнение, въпроси, определящи ефективното и успешното бизнес планиране и др. Стратегията всъщност е начинът, по който фирмата

реагира на заобикалящата я действителност, за да изпълни своята мисия и свързаните с нея задачи. Стратегията обуславя постигането на добри резултати на една фирма, в рамките на която всеки един има идея накъде отива предприятието и какъв е индивидуалният принос за неговото развитие.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Stimulation of the Staff in the Organization. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 78-0-9955865-3-6, pp. 32-37.
- [2] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Approaches for Decision-Making in the Organization. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.37-44.
- [3] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Possible Solutions for the Efficient Solution of the Problems in the Organization. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.44-51.
- [4] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Interpersonal Styles for Resolving Conflicts in the Organization. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.295-300.
- [5] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Possible Solutions for Management of Stress and Conflicts in the Organization. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.300-305.
- [6] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Occurrence of Labor and Conflict Conflicts in the Organization, Decisions at a Mobbing Situation. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.305-311.
- [7] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Recognizing Mobbing And Limitation Of Its Activities In The Organization. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp. 311-317.
- [8] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Methods for Resolving Conflicts and Managing Stress at the Workplace. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.317-324.
- [9] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Management Styles in the Organization. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.324-329.
- [10] Младенов, Ю., Терзиев, В. Основи на управлението, Русе, 2011, 192 стр., ISBN 978-954-8952-58-3.
- [11] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Strategic Concept of the Company. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 78-0-9955865-3-6, pp.329-335.

SOURCES OF THE POWER AND THE AUTHORITY OF MANAGERS

Vojo Belovski

Faculty of Law, University "Goce Delchev", Stip, Macedonia, vojo.belovski@ugd.edu.mk

Biljana Todorova

Faculty of Law, University "Goce Delcev", Stip, Macedonia, biljana.todorova@ugd.edu.mk

Abstract: The paper starts from the general approach to the content and essence of the categories of power and authority and their interrelationship at the level of theoretical analysis and practical existence and manifestation.

The sources from which the power and the authority of managers emerge will be analyzed taking into account their position and role in the organizations and other forms of the existence of the managerial function.

The power is the right to order and obligation to respect / apply the order - it is very present in the work and behavior of the managers. The power is visible in the area of the state activities, in the education system, among the family.

The authority represents carrying out the will even when it is contrary to the interests of others. You can talk about economic, ideological, religious, media authority, the authority of political parties and interest groups.

Organizations are composed of persons who perform greater or lesser degrees of authority and power. Sometimes the power and authority in the organization arise from the position of a person in the organization or from the knowledge and skills that a person possesses. Others express their authority in interpersonal relationships through their character. In practice, it is seen that individuals have formal power and no real authority.

Most directly, the authority of managers is derived from their functions / activities in the enterprise, from the right to command and direct other people in their tasks and responsibilities. Their power stems from the right and the ability to create an environment in which other individuals will participate in the realization of the organization's goals, in other words, the right to create an atmosphere that will encourage people to dedicate themselves to the work and development of the enterprise.

The authority of managers arises from their intellectual knowledge, often higher than the knowledge of employees, which also activates authority as a voluntary acknowledgment of influence on the subordinate.

Through an analytical approach, analyzes will be made on some issues and aspects of the status of managers in the Macedonian society, through projected grouping / classification of types of managers. Also, an answer to the question of why the managerial function in the Republic of Macedonia is reviving.

Keywords: power, authority, sources, managers, Republic of Macedonia, emergent forms.

ИЗВОРИ НА ВЛАСТА И МОЌТА НА МЕНАЏЕРИТЕ

Војо Беловски

Правен факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, vojo.belovski@ugd.edu.mk

Билјана Тодорова

Правен факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, biljana.todorova@ugd.edu.mk

Апстракт: Трудот поаѓа од општиот пристап за содржината и суштината на категориите власт и моќ и нивниот меѓусебен однос на ниво на теоретска анализа и практично постоење и пројавување.

Ќе се анализираат изворите од кои произлегуваат власта и моќта на менаџерите имајќи ја предвид нивната позиција и улога во организациите и во другите облици на постоење на менаџерската функција.

Власта е право на наредба и обврска на почитување / примена на наредбата – таа е мошне присутна во работењето и однесувањето на менаџерите. Власта е видлива во сферата на државното функционирање, во образовниот систем, во семејството.

Моќта означува спроведување на волјата и кога е таа во спротивност со туѓи интереси. Може да се зборува за економска, идеолошка, религиска, медиумска моќ, моќ на политички партии и интересни групи.

Организациите се составени од лица кои вршат поголеми или помали степени на моќ и власт. Понекогаш моќта и власта во организацијата произлегуваат од положбата на лицето во организацијата или пак од знаењето и вештините што ги поседува определено лице. Други ја изразуваат својата моќ во меѓучовечките односи преку својот карактер Во практиката се случува поединецот да има формална власт и да нема реална моќ.

Нејнепосредно, власта на менаџерите извира од нивните функции / активности во претпријатието, од правото да командуваат и да ги насочуваат другите луѓе во нивните задачи и одговорности. Нивната власт произлегува од правото и можноста да креираат опкружување во кое и другите поединци ќе учествуваат во реализирањето на целите на организацијата, односно од правото да создаваат атмосфера која ќе ги охрабрува луѓето да се посветуваат на работата и развојот на претпријатието.

Моќта на менаџерите извира и од нивното интелектуално знаење, најчесто повисоко од знаењето на вработените, што го активира и авторитетот, како доброволно прифатено влијание врз подредениот.

Преку аналитички пристап ќе се согледаат и некои прашања и аспекти на статусот на менаџерите во македонското општество со проектирано групирање / класификација на видовите менаџери. Исто така, ќе се даде одговор на прашањето зошто тешко заживува менаџерската функција во Република Македонија.

Клучни зборови: власт, моќ, извори, менаџери, Република Македонија, појавни форми.

1. ВОВЕД

Предмет и целта на ова истражување во трудот е: од каде некој ја црпи власта и моќта и овластувањата да кажува друг што да прави и кога и како да прави, а другиот сето тоа да го слуша и понизно да го спроведува. Овластувањата се клучот на менаџерската работа. Кога менаџерите имаат овластувања, тие можат да наложат исполнување на нивните желби. Тие тоа обично го прават на тоталитарен начин: сторете го тоа и не прашајте, зашто јас сум ви шеф; или на демократски начин: ако сакате ќе ве молам, направете го тоа. Изворот на овластувањата е битно прашање бидејќи од него произлегува обемот на овластувањата и влијанието врз другите, односно што поголеми овластувања на некого, значи обезвластување на другите.

2. ОПШТО ОПРЕДЕЛУВАЊЕ НА ПОИМОТ ВЛАСТ

Власта постои и се појавува во соодносите кога некој има “право да наредува и постои обврска на другиот да ги почитува и применува тие наредби”¹⁴. Доколку првата позиција (наредувањето) е со правен систем дозволена – станува збор за легитимна власт, доколку не е нормирана, дозволена или предвидена – тогаш е диктатура!

Секоја власт се стреми да обезбеди легитимитет.

Поради непридржување до обврската да се применува / почитува, вреднува наредбата, во легални услови, следува легална мерка / санкција. Во услови кога власта е нелегитимна, евентуалната санкција не се засновува на легалитет, но е можна како присила, па се доаѓа до тиранија.

Власта на прв поглед се пројавува видливо во сферата на државното функционирање (власт на законодавното тело – закони, власт на извршната функција – полиција, данок, судска власт – пресуди, затворски мерки, парични казни).

Власта е видлива и во образовниот систем (наредби од наставник спрема ученик, наредби од директор спрема наставник), како и во семејството (наредби од родител во однос на децата).

Бидејќи суштината на власта е право на наредба и обврска на почитување / примена на наредбата – таа е мошне присутна во работењето и однесувањето на менаџерите.

3. ОПШТО ОПРЕДЕЛУВАЊЕ НА ПОИМОТ МОЌ

Моќта е способност и остварена реалност “да се спроведува сопствената волја и објективно да се уредуваат односите и процесите според желбата / сфаќањето на носителот на моќта”¹⁵. Моќта означува спроведување на волјата и кога е таа во спротивност со туѓи интереси.

Може да се зборува за економска, идеолошка, религиска, медиумска моќ, моќ на политички партии и интересни групи.

Моќта има политичка природа (во сферата на политичките и државните односи и процеси), економска природа (материјални добра, богатство, сопственост, делови на конкуренција на пазарот, стекнување или загуба на вредности, влијание врз вработување или губење на работата), социјална природа (во семејството, во здруженија на граѓани).

Моќта произлегува и произведува нееднаквост меѓу луѓето, а може да се заснова на богатство, физичка сила, знаење¹⁶....

¹⁴Gjorgjevic, J: *Politicki system. Savremena administracija*, Beograd, R.Srbija, (2007).

¹⁵ *Vlast i moc*, www.politickenauche.rs, пристапено на 01.11.2018.

¹⁶Gjorgjevic, J. *Politicki system. Savremena administracija*, Beograd, R.Srbija, (2007).

4.ОДНОС МЕЃУ ВЛАСТА И МОЌТА

Власта е формализирана и видлива, моќта е реална и, на свој начин, притаена. Моќта е мерка за власта дали правата и желбите ги престорила во реалност.

Моќта може да биде сосема произлезена од власта (и формално – правно и реално владеење). Најчесто моќта само ја користи власта за суштинско влијание и опредметено спроведување на волјата на носителот на моќта.

Се случува во практиката поединецот да има формална власт и да нема реална моќ.

Власта е пропишана / нормирана и може да се практикува, но не мора, додека моќта е израз на реално постоење (или таа не постои ако не е реалност). Поединец може да има власт и да има или да нема моќ, како што моќта може реално влијанието да го црпи од доделената власт, но и од објективните услови и околности. Како практика треба да се издвои и ситуацијата кога поединците имаат иста власт (права, надлежности, обврски, одговорности), а различна моќ од различни причини.

5.МЕНАЦИРАЊЕТО И МЕНАЦЕРОТ

Не е спорно дека менаџирањето е сложен и разгранет процес¹⁷. Теоретските елаборации ги осветлиле речиси сите димензии, компоненти и аспекти на менаџирањето.

Постои прифатлив преглед на функциите на менаџирањето¹⁸:

- планирање: идентификување и избирање на соодветни цели и правци на акција;
- организирање: уредување на улогата на поединецот во организациската структура, или максимално искористување на ресурсите потребни за успешно спроведување на плановите;
- координација: интегрирање и усогласување на активностите на посебните организациони делови (сектори или функционални области) на едно претпријатие за ефективно и ефикасно да бидат постигнати поставените цели;
- мотивирање: процес на стимулирање на личноста со цел да преземе дејство за да ја оствари посакуваната цел;
- контролирање: проверување на прогресот споредено со плановите, со можност од потреба за измени базирани на фидбек.

Овие неодминливи функции на секоја организација ги извршуваат менаџерите (што е важно да се знае за темата на овој труд).

Се смета дека менаџерот е тој што управува, односно дека е “мозокот” на организацијата¹⁹. Уште повеќе научните согледувања изведуваат заклучок дека од неговата способност зависат мотивираноста на работниците, организираноста, планирањето, координацијата, контролата и другите активности во претпријатието. Неговото влијание врз успехот или неуспехот на претпријатието е одлучувачки.

Конкретно говорено – што работи, кои се активности ги реализира менаџерот?

Листата, се разбира, е мошне долга: разговара / комуницира со вработените; осмислува, формулира и соопштува цели во работењето и развој на претпријатието; проектира / прецизира / подготвува план за остварување на целите на претпријатието; ги групира активностите на помалите организациони делови во претпријатието; донесува одлука за нови проекти; стимулира инвентивност во работата; определува награди за вработените; одлучува кој да биде унапреден; бира свои непосредни соработници; презема акции за корекции / подобрувања во работата; дава насоки за контрола на работењето и за проверка на постигнувањата; чита и анализира дописи до претпријатието; испраќа информации од претпријатието до другите субјекти; ги анализира извештаите од работењето; присуствува – води и насочува дебата на состаноци.

6.ОД КАДЕ ИЗВИРА ВЛАСТА И МОЌТА НА МЕНАЦЕРИТЕ

Во организациската поставеност на претпријатијата, со најбитните и помалку важните акти на претпријатието, се утврдени / дефинирани правата, надлежностите, овластувањата, обврските и одговорностите на менаџерите. Од тоа произлегува основата на власта на менаџерите низ директна примена на принципот: право на менаџерот да наредува и обврска на вработените да ги послушуваат / применуваат тие наредби.

¹⁷ Шуклев, Б. *Менаџмент*. Економски факултет Скопје, (2004).

¹⁸ Тодоров, Т., Димков, Д. *Менаџмент*. Европски Универзитет Република Македонија Скопје, (2006).

¹⁹ Ibid, стр.79.

Со тој факт, со создадената нормативна основа, се произведува клучниот извор на власта на менаџерите, односно тие имаат право да го прават – тоа што го прават.

Во теоретска смисла, извор на власта на менаџерите може да биде и верувањето дека тие дејствуваат во полза на претпријатието, за доброто на целата организација²⁰ (што значи дека покрај легалитетот се добива и легитимитет).

Нејнепосредно, власта на менаџерите извира од нивните функции / активности во претпријатието, од правото да командуваат и да ги насочуваат другите луѓе во нивните задачи и одговорности. Нивната власт произлегува од правото и можноста да креираат опкружување во кое и другите поединци ќе учествуваат во реализирањето на целите на организацијата, односно од правото да создаваат атмосфера која ќе ги охрабрува луѓето да се посветуваат на работата и развојот на претпријатието.

Од аспект на вработените во претпријатието (условно речено подредените на менаџерот), нивната обврска да го послушуваат менаџерот, неговата власт произлегува од неговите права кои директно се врзани за работата на вработените: мотивирањето, наградувањето, казнувањето, унапредувањето, уназадување, избирање за соработници.

Се разбира, вака поставените права и надлежности на менаџерот се во сферата на нормативното и декларативното, секогаш подложно на можен расчекор со реалното / фактичкото и оствареното. Менаџерот може сосема соодветно да ги остварува / практикува своите функции, да ги реализира делумно или да ги надминува или злоупотребува.

Соочувањето меѓу формалните и реалните односи и процеси на практикувањето на власта на менаџерите води кон проучување / мерење на нивната моќ.

Моќта, ако во својата суштина ја подразбереме како реален процес на спроведување на волјата и објективно влијание врз текот и квалитетот / белезите на состојбите и движењата, извира првенствено од концепциската и нормативната поставеност на власта на менаџерите. Но, исти овластувања, како што може аналитички да се утврди, не секогаш даваат иста, потврдена моќ.

Моќта на менаџерите извира и од нивното интелектуално знаење, најчесто повисоко од знаењето на вработените, што го активира и авторитетот, како доброволно прифатено влијание врз подредениот²¹.

Доколку и традицијата, обичаите, навиките во претпријатието (и пошироко во општеството) се такви постојано да се верува во способностите и квалитетот на наредениот (“шефот секогаш е во право”) тогаш моќта на менаџерот добива и таква основа. На менаџерот може моќта да му произлегува и од неговите етички / морални белези верување дека работи добро, прави прифатливи нешта, има висока и одговорна свест и совест.

Дел од моќта на менаџерот се потпира и на неговото лично и семејно богатство (имот, вредности, пари, права) од што настанува сознанието кај вработените дека има основа самостојно да работи и да одлучува, бидејќи материјално и финансиски е обезбеден и независен.

Во анализите се среќаваат и тези дека моќта на менаџерот може да извира и од неговата физичка сила, физички димензии. И овој момент треба да се вреднува како точка на извор на моќта на менаџерите. Може да има и теориска вредност, но секако има практична вредност мислењето дека моќта на менаџерите произлегува и од нивните психолошки карактеристики (умерено, агресивно, надмено однесување) и склоности кон злоупотреба на овластувањата.

Доколку се направи вкрстување на власта и моќта на менаџерите може да се добие сознание за постоење на четири групи менаџери: прво, слаб менаџер; второ, класичен менаџер; трето, јак менаџер и четврто, суперменаџер.

За слабиот менаџер е карактеристично што има ослабната / несигурна власт и отсуство на моќ. Класичниот менаџер располага со стабилна власт и има умерена моќ. Стабилна власт и реална натпросечна моќ се белези на јакиот менаџер. Кај суперменаџерот има елементи на злоупотреба на власта и располага со пренагласена, речиси неограничена моќ.

7. НЕКОИ ПРАШАЊА ЗА СТАТУСОТ НА МЕНАѢРИТЕ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Најчесто, класичен менаџер во Република Македонија се појавува во компаниите чии сопственици се од странска држава и во компаниите чии сопственици имаат разгранет бизнис во повеќе разнородни области (трговија, банкарство, земјоделие, здравство). Доколку сопственикот има ограничен број бизниси (или само во една сфера) тогаш или сам ги врши менаџерските функции или ги доверува на некој од потесното или

²⁰ Gareth, R. J., Jennifer, M. G. *Современ менаџмент (превод)*. Глобал комуникации, Скопје, (2008).

²¹ Vlast i moc, www.politickenauche.rs, пристапено на 01.11.2018.

поширокото семејство. Во последниов случај практично се спојува менаџерската функција со лидерската позиција. Така, центарот на власт станува и објективен центар на моќ.

Зошто тешко заживува менаџерската функција во Република Македонија?

Прво, низ пробелматична и во делови проблематична приватизација²² сопствениците ги преземаа, во најголем број, и менаџерските функции. Кога, пак, беа принудени да постават менаџери, предвреме им ги стеснуваа овластувањата, ги сведуваа функциите само на најнужните активности на менаџерите. Посебно отсуствува димензијата на стимулирање / наградување на вработените, бидејќи сопствениците ги задржуваат за себе тие дејствија.

Второ, отсуство на традиција / практика и свест за местото и улогата на менаџерите и предвременно елиминирање на можните појавни облици на неодговорно однесување на менаџерите (во дел и повторување на елементи од периодот на прокламираното самоуправно однесување на директорите / раководителите без прецизирана одговорност за успехот или неуспехот од работењето (економски, финансиски, организациски, кадровски, развојни прашања).

Трето, отсуство на чисти пазарни услови на стопанисување во кои резултатите од работењето ќе се проверуваат и потврдуваат во услови на конкуренција и квалитет во пазарни (со) односи. Тоа не ги принудуваше сопствениците да избираат квалитетни, способни и креативни менаџери кои ќе бидат клучни во создавањето квалитетни производи и пружањето квалитетни услуги, и во организациското работење на фирмите.

Четврто, во услови на високо – процентна невработеност, вклучувајќи и лица со високо образование, како и лица кои работеле во поранешни организации / претпријатија на работни позиции раководители / организатори на процес на работа, сопствениците почесто ја искористуваа можноста да избираат кадри со тоа што на менаџерите им ги доверуваат надлежностите, а истовремено им ги стеснуваат или воопшто не им ги предвидуваат / доверуваат овластувањата / правата.

8. ЗАКЛУЧОК

Власта постои кога некој има право да наредува и постои обврска на другиот да ги почитува и применува тие наредби.

Моќта означува спроведување на волјата и кога е таа во спротивност со туѓи интереси.

Моќта е мерка за власта дали правата и желбите ги престорила во реалност.

Ако се воспостави сооднос меѓу власта и моќта на менаџерите може да се констатира дека власта која произлегува од овластувањата, функциите, правата, надлежностите, обврските и одговорностите е повеќе или помалку определена / дефинирана, додека моќта има различни појавни облици и широка / висока е скалата на реалната моќ на менаџерите (од речиси непостојна до пресилна / пренагласена и мошне присутна).

Значи, претпоставка е дека менаџерите имаат исти или многу слични / блиски овластувања и ингеренции, односно права, надлежности и одговорности.

Нејнепосредно, власта на менаџерите извира од нивните функции / активности во претпријатието, од правото да командуваат и да ги насочуваат другите луѓе во нивните задачи и одговорности.

Моќта извира првенствено од концепциската и нормативната поставеност на власта на менаџерите. Но, исти овластувања, како што може аналитички да се утврди, не секогаш даваат иста, потврдена моќ.

Во Република Македонија не е докрај развиена концепцијата и применета практиката на класично и модерно менаџирање.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Ацевски, И., Општеството и човекот во транзиција. Екопрес Магнаскен, Скопје, 1997. стр. 229.
- [2] Gareth R. Jones, Jennifer M. G., Современ менаџмент (превод). Глобал комуникации, Скопје, 2008.
- [3] Gjorgjevic, J., *Politicki sistem. Savremena administracija*, Beograd, R.Srbija, 2007. str.102-103.
- [4] Тодоров, Т., Димков, Д., Менаџмент. Европски Универзитет Република Македонија, Скопје, 2006. стр. 56, 79.
- [5] Шуклев, Б., Менаџмент. Економски факултет Скопје, 2004. стр. 74.
- [6] www.politickenauke.rs, пристапено на 01.11.2018.

²² Ацевски, И. *Општеството и човекот во транзиција*. Екопрес Магнаскен, Скопје, (1997).

KNOWLEDGE IN PRACTICE

Ilona Zenker

Prof. Dr. Zenker, Vogg & Coll., Schrobenuhausen, Germany, Prof.Dr.Zenker.Vogg@t-online.de

Abstract: Knowledge is an understanding of someone or something, such as facts, information, descriptions or skills, which is acquired by individuals through education, learning, experience or by discovering. We have to distinguish two forms of knowledge, which is on the one hand “explicit knowledge” and on the other hand “tacit knowledge”. Explicit knowledge is not a homogenous resource, but it can be qualified as factual knowledge, which is verbalized, codified, systematic and formal. Persons have easy access to explicit knowledge and it can be easily transmitted to others. It is transferred through written or verbal media. Tacit knowledge can be defined as skills, procedure and ideas and is learned mostly through experience over time. Tacit knowledge is a personal type of knowledge that cannot be shared simply through written or verbal communication, because it is not codified. Tacit knowledge can be seen as the knowledge practitioners have in their minds. To put theoretical knowledge into practice means to create tacit knowledge. Knowledge in general is an accumulation of education and experience – a mixture of explicit and tacit knowledge. Both forms of knowledge together make the difference between a novice and an expert. An efficient tool transferring collective knowledge into practice is called “Knowledge Management” (KM). Strategies and processes to gather, identify, structure, value, and share intellectual assets of companies. As a kind of “map of knowledge” it is considered as a useful tool to distribute knowledge and is seen as a help to settle in the world of “Practice” more quickly. A “community of practice” (CoP) is a group of people who share a common interest or create a platform with the goal of gaining knowledge related to a specific topic. The members of the group learn from each other by sharing information and experience within the group. The path becoming a lawyer can be a long process in Germany. The university education is marked by the idea, that a lawyer has to understand all branches of law and its system. The German system of studying law followed two predominant ideas, which is Comprehensive Knowledge and a dual education system. A jurist has to understand and to know every branch of law and was prepared with comprehensive knowledge for the next step – walking in the field of daily business matters. Specialization for a certain field of law is a personal and individual matter and doesn't influence the university education. Comprehensive knowledge should enable the candidate to handle various challenges and to apply their knowledge in practice without being limited on a special kind of theoretical knowledge. Transferring explicit knowledge into tacit knowledge starts with using common sense, empathy and active listening skills. Transferring knowledge into practice needs first at all common sense. Common sense is practical judgement or a basic ability to perceive, understand and judge daily situations without special knowledge and without specialized training or deliberative thoughts. What distinguishes the humanities from the natural sciences is the mode of approach to any question. Knowledge in relation to Humanity means a structured way of thinking, which is a process of putting a framework to an unstructured problem. Knowledge means also critical thinking, which is the objective analysis of facts to form a judgement. Solving legal problems needs a rational, skeptical and unbiased analysis and the evaluation of factual evidence. Efficient transferring knowledge into practice needs structured thinking in both matters and is the only successful way to connect knowledge and practice.

Keywords: Explicit, Tacit Knowledge, Law, Lawyer

I. PREFACE

Volumes have been written concerning “*knowledge in practice*” and the interdisciplinary intersection of the two matters that is of concern today. This topic can be approached from two sides. One side is “Knowledge in Practice – alternatively it is feasible to explore the topic under the title “Knowledge and Practice”. Unfortunately there is no guide-book translating knowledge into practice. It is beyond dispute that there is a permanent dialog between “knowledge” and “practice” and a steady flow back and forth between knowledge and practice.

II. GENERAL

Knowledge is made in universities in the form of timeless, objective, context-free truths about theoretical matters. Practice is real life and is often ineffective and tends to throw people into quandaries, leaving them in practice in a context of doubts and uncertainty about their knowledge.

In ancient times the primary vehicle for the transmission of knowledge was the creation of narratives and the knowledge of the older and wiser was spread via “story telling” towards the next generation. Today all roads lead to Google to create knowledge. The word “google” is already recognized as a verb in leading dictionaries.

1. Definition :

a.) Knowledge in General

Knowledge is an understanding of someone or something, such as [facts](#), [information](#), [descriptions](#) or [skills](#), which is acquired by individuals through education, learning, [experience](#) or by [discovering](#). We have to distinguish two forms of knowledge, which is on the one hand “explicit knowledge” and on the other hand “tacit knowledge”.

aa.) Explicit Knowledge

Explicit knowledge is not a homogenous resource, but it can be qualified as factual knowledge, which is verbalized, codified, systematic and formal. Persons have easy access to explicit knowledge and it can be easily transmitted to others. It is transferred through written or verbal media. Most forms of “explicit” knowledge or also known as “expressive” knowledge can be stored in certain media. The information is contained in textbooks, encyclopedias, manuals, documents and how-to-do videos.

bb.) Tacit Knowledge

Tacit knowledge can be defined as skills, procedure and ideas and is learned mostly through experience over time. Tacit knowledge is a personal type of knowledge that cannot be shared simply through written or verbal communication, because it is not codified. Tacit knowledge can be seen as the knowledge practitioners have in their minds. Often people are not aware of their tacit knowledge and how it can be of value for them or others.

2.

a.) Explicit Knowledge and Tacit Knowledge

To put theoretical knowledge into practice means to create tacit knowledge. Knowledge in general is an accumulation of education and experience – a mixture of explicit and tacit knowledge. Both forms of knowledge together make the difference between a novice and an expert. It is the most highly prized form of knowledge because it is the type of knowledge responsible for creating values. It is not only knowledge about procedures, it is also knowledge about “sources” and how to update explicit knowledge or to determine what is new knowledge or already well known facts. Knowledge about people, clients, customers and opponents is highly important as knowledge about what others know.

b.) Explicit Knowledge versus Tacit Knowledge or “book smart” versus “street smart”

Based on this information that knowledge and practice are mutually supportive, I will introduce you to a working hypotheses, which compares “book smart” persons with “street smart” persons and ask you the following question: Is it sufficient to be only street smart? Book smart is defined as having knowledge obtained from study and books. Mostly students after graduating from the university are scholarly and bookish and this often implies a lack of understanding of the real business world, because of missing practice. Street smart means having knowledge and experience to handle difficulties of life. Being streetwise means you have a situational awareness and can trust your own judgement because of practical experience of daily business life – even without profound theoretical knowledge. Nonetheless - why it is not enough to be only street smart? The essential challenge is to combine both sides of “education” to navigate successfully through business life. Explicit knowledge is the basic knowledge and the ground on which tacit experience can developed in a proper way. This kind of knowledge is a bunch of data and information, which increases the personal actionable knowledge to compete, to increase performance and innovation and to decrease risk of failure. Looking at both forms of knowledge: Experience without learning is more beneficial than learning with no experience. But learning and experience together is unbeatable.

3. Knowledge Management

An efficient tool transferring collective knowledge into practice is called “Knowledge Management” (KM). Strategies and processes to gather, identify, structure, value, and share intellectual assets of companies or an organization in order to improve performance and competitiveness. Knowledge Management is based on the documentation of individual explicit and tacit knowledge and its dissemination within an organization. As a kind of “map of knowledge” it is considered as a useful tool to distribute knowledge and is seen as a help to settle in the world of “Practice” more quickly.

4. Knowledge Strategy

Knowledge Strategy is more than knowledge management. It’s the knowledge about clients, about markets and involves training programs (e.g. after-action meetings) and practice groups meetings to increase the individual as the collective knowledge.

5. Communities in Practice

A “community of practice” (CoP) is a group of people who share a common interest or create a platform with the goal of gaining knowledge related to a specific topic. The members of the group learn from each other by sharing information and experience within the group and have the opportunity to develop personal and professional

knowledge. Communities of practice are not a new phenomenon. This type of learning has existed for as long as people share their experience through telling stories.

III. LAW STUDY IN GERMANY

The path becoming a lawyer can be a long process in Germany. The university education is marked by the idea, that a lawyer has to understand all branches of law und its system. Therefore a jurist can work in every field of law and in any legal profession. After finishing successfully the second law degree the aspirant can work as a lawyer or as a judge or in which legal field he wants or gets a job.

1. First Law Degree

After finishing high school the law student enters law school at the university and prepares to take the first degree in law after round about 9-10 semesters, which means after 5 years.

The study is divided in three main legal areas, which are private law, public law and criminal law. At the end of each semester and after finishing a special legal field the student has to take a written exam and additionally to write a seminar paper in order to handle more complex subjects. After passing all the exams in every legal core subject the student starts to prepare for the first law degree, which lasts normally one year. The first law degree tests the understanding of the legal system, as well as handling difficult and complex legal issues under time pressure. The first law degree consists of several written exams, which lasts 5 hours each. If a student has passed the first law degree he is entitled to work as an advisor, but he is not qualified to work as a lawyer or as a judge.

2. Second Law Degree

Before the candidate passes the second law degree he or she has to undertake a mandatory clerkship that takes two years. During this period the graduate has to learn practical skills in different law fields and in several legal professions. This is the time to learn the daily work of practitioners. During the clerkship the graduate works at the civil court, criminal court or with a prosecutor, administration court or at the public administration and with a lawyer or in a law firm. The second law degree consists of up to 11 written exams and ends with an oral examination of all fields of law. After about seven years and after passing the second law degree the candidate can work as a lawyer, as a council or as a judge.

3. Doctoral degree

The Doctor of Laws is the degree in law, abbreviated as Dr. jur. (*Doctor juris*). Admission to start the doctoral degree usually requires the grade of "Fully Satisfactory" in the student's first law degree. Having successfully passed the second law degree is not required. To obtain the doctorate degree, the graduate must write a research paper, the so-called "Dissertation". The thesis must have been published as a book. The dissertation adviser should oversee the work and support the graduate in writing the research paper.

During the oral examination or so-called "Rigorosum" the graduate has to defend his dissertation before a doctoral awards commission of the university and additionally his or her legal knowledge in general is tested again.

4. Summary

The German system of studying law followed two predominant ideas:

Comprehensive Knowledge:

A jurist has to understand and to know every branch of law and was prepared with comprehensive knowledge for the next step – walking in the field of daily business matters. Specialization for a certain field of law is a personal and individual matter and doesn't influence the university education. The educational philosophy, which still influences the way German universities structure their studies, is based on a holistic approach, which also means general knowledge. General or comprehensive knowledge should enable the candidate to handle various challenges and to apply their knowledge in practice without being limited on a special kind of theoretical knowledge.

Dual education system:

The academic system is divided into a theoretical and a practical training and each period of university education must be passed successfully.

IV. TRANSFERRING KNOWLEDGE INTO PRACTICE – WORKING AS A LAWYER

The practice of law is never routine and a typical day can vary dramatically. It can include attending court hearings; meeting with clients, advocating companies, respond to complaints, drafting documents and so forth. Lawyers in daily practice have to argue – discuss – write – calculate – mediate – council – judge – subsume – listen – convince – persuade. Now it's time to transform theoretical knowledge into practice. Novices are used that all essential facts and circumstances of the case are already worked up for them and they can start with solving the legal problem based on their acquired skills and theoretical knowledge. The first lesson of practice starts the moment the novices meets the client and has to clarify all circumstances of the case before starting solving the legal issue. Clarification

of facts based on subjective statements of clients can be a great challenge. Additionally clients are often up set, angry or afraid and often are not able to distinguish between important and important facts. Every client is a different character with different behavior. The application of theoretical knowledge has to be postponed until all facts and circumstances are inquired. Transferring explicit knowledge into tacit knowledge starts with using common sense, empathy and active listening skills. Transferring knowledge into practice needs first at all common sense. Common sense is practical judgement or a basic ability to perceive, understand and judge daily situations without special knowledge and without specialized training or deliberative thoughts.

What distinguishes the humanities from the natural sciences is the mode of approach to any question. Humanities focus on understanding, meaning, purpose rather than explaining the reason of events using standardized procedure. Knowledge in relation to Humanity means a structured way of thinking, which is a process of putting a framework to an unstructured problem. Knowledge means also critical thinking, which is the objective analysis of facts to form a judgement. Solving legal problems needs a rational, skeptical and unbiased analysis and the evaluation of factual evidence. Efficient transferring knowledge into practice needs structured thinking in both matters and is the only successful way to connect knowledge and practice.

**AN EMPIRICAL INVESTIGATION OF SELECTED FACTORS DETERMINING THE
LABOUR PRODUCTIVITY IN MACEDONIA**

Predrag TrpeskiFaculty of Economics – Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, Republic of Macedonia,
predrag.trpeski@eccf.ukim.edu.mk**Marijana Cvetanoska**Faculty of Economics – Skopje, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, Republic of Macedonia,
Marijana.Cvetanoska@eccf.ukim.edu.mk

Abstract: Labor productivity is a crucial determinant of one economy's competitiveness, and it varies across different countries and areas. Productivity growth is important because it contributes to growth in output, income and living standards. There are only two measures which can be used for increasing the level of economic output: one is by applying more labor effort in the production process (such as more jobs) and the second through increases in the productivity of the workforce. Or in other words, it means bringing additional inputs into production; or increase productivity. As labor force growth slows and unemployment remains at relatively low levels, economies increasingly have to enhance productivity in order to maintain the high rates of output and income growth that have become common place over the past few decades. Although there are several reasons for differences in the level of economic development among countries, generally, we can start from the assumption that differences in economic development results from the differences in productivity. At the national level, higher productivity increases living standards as more real income improves people's ability to consume and demand more goods and services whether they are necessities or luxuries, enjoy leisure, improve housing and education and contribute to social and environmental programs. Despite the significant productivity growth from 2002 to 2008, and again from 2014 to 2017, Macedonia still lags behind the EU average. Macedonia's labour productivity has negative growth rate from 2017 upwards. It drops by 4.4% in the first quarter compared with a drop of 2.1% in the previous quarter. There are various countries specific case studies and various literature that are exploring the determinants of labour productivity growth in a particular country. This study intends to identify the potential determinants of labour productivity in Macedonia. Based on an extensive literature review, we identify several factors that determine Macedonia's labour productivity. We quantify the relationship between the productivity growth and physical capital through gross capital formation, human capital through educational structure of employees, foreign direct investments and real wages. On the side of methodology, correlation and regression analysis for testing the relationship between the dependent variable and independent variables are used. The fundamental assumption for a clear econometric analysis is the stationarity of data time series and the regression analysis is followed by studying the stationarity of time series using Unit root test. The study is based on time series and the data on empirical analysis is taken from State Office of the Republic of Macedonia and World Bank. The sources of productivity are complex and they differ from country to country. While growth in productivity and in labour utilization are both sources of improvement in living standards, productivity growth can make a major contribution over the long term.

Keywords: foreign direct investments, gross capital formation, labor productivity, Macedonia, human capital, real wages

1. INTRODUCTION

Labour productivity is a central problem for the understanding of economic evolution as many economists argue. Economists also argue that there are only two ways by which economies can increase their level of economic output: either through more labor effort applied in the production process or through increases in the productivity of the workforce. Or in other words, it means bringing additional inputs into production or increase productivity. As labor force growth slows and unemployment remains at relatively low levels, countries increasingly must look to enhance the productivity in order to maintain high rates of output and income growth that have become common place over the past few decades. Although there are several reasons for differences in the level of economic development among countries, generally, we can start from the assumption that differences in economic development results from the differences in productivity. Labour productivity and economic growth are key factors in any economy. Productivity provides a simple, but powerful indicator of the ability of a country, sector or company to optimally use its resources for having growth, either short term or long term growth. In the long run, the only way to increase economic growth and raise living standards is through increased productivity. Labor productivity is one of the

indicators that show how efficiently labor force is performing. A productive labor force possesses obligatory as well as additional dexterity and has the ability to improve the overall economic growth of a nation.

Economists recognize the importance of the difference in productivity growth rate of 1% or 2% very well, while the non-economists, even people from the business sphere may seem these rates approximately as same. How important is the rate of productivity growth can be seen from the famous “mathematical rule 70”? According to this rule, if the number 70 is divided by the productivity growth rate, it will be derived years needed for real output per worker to be doubled. Hence, if the productivity growth rate is 1%, it would take 70 years for real output and, hence, real income per worker to double. If the rate of productivity growth is 2%, then the required period halves at 35 years and with a growth rate of 3%, the period is 23.3 years.

Labour productivity is one of the driving forces of the economic growth. Economic recovery strongly depends on productivity increase during the crisis and after a period of time it results in economic growth. If the level of productivity stagnates or declines during the crisis, it results in a longer and deeper crisis and slower recovery. From a broader perspective, increased productivity increases the power of an economy through driving economic growth and satisfying more human needs with the same resources. Increased gross domestic product (GDP) and overall economic output will drive economic growth, improving the economy and the participants within the economy.

The significance and importance of a high growth in labor productivity is enhanced by a number of key processes and with the phenomenon economic development. Current economic studies see labor productivity as a central problem of understanding the economic development. By definition, labor productivity is a ratio of real GDP and the number of employed persons, or the number of worked hours. Hence, the growth in productivity is also driven by the only macroeconomic variable – real GDP per capita or the change in the specific age population (Kitov and Kitov, 2008).

It is related to the fact that labour productivity depends on the availability and quality of labour resources and applied technologies. Hence, labour productivity is highly correlated with entrepreneurship and economic activity in the economy, specialization, unemployment, competitive advantage etc. The most frequent answer for achieving productivity gains is about providing better technology to employees so that job operations become more efficient. Some evidences have shown that labor force, as a whole, cannot adapt to the changes in the economies and therefore it is resulting in low-skilled workers. Our focus is not on the role of technology and labor force for labor productivity growth but also on other socio economic indicators which are essential for labor productivity growth. Based on an extensive literature review, we identify several factors that determine Macedonia’s labour productivity such as physical capital through gross capital formation, foreign direct investments, human capital through employees with secondary school and employees with university degree and real wages. With the same amount of inputs, including physical capital and labor, some countries or sectors produce more and others less. This difference depends on how efficient they are in allocating and using resources to achieve high output. Physical capital provides environments and policies that lead to economic development and its quality is generally associated with productivity. The productivity of a worker will obviously be related to the quantity and quality of capital with which he or she works. More capital and more modern technology should translate to greater output.

Foreign direct investments (FDI) is considered beneficial not only because it is expected to yield potential benefits including employment opportunities, capital and foreign exchange, but the most cited reasons for promoting FDI is the prospect of acquiring new technology and other intangible assets, which may spillover to the host country and allow domestic firms to improve their performance (Mebratie, 2010). FDI are related to the increase of labour productivity of the host country through technological transfer and management that enables technological progress and economic growth on long term. Some differences in productivity based on location cannot be directly explained by the standard factors such as wages and education levels.

According to this issues and based on the literature review and theoretical background, the paper is organized in sections which are focused to answer the research questions: do labour productivity in Macedonia and selected factors that determine it have a strong relationship and what is the direction of their interdependence.

First part includes a current knowledge about labour productivity and the selected determinants, i.e. theoretical contributions through literature review. The second section covers the methodological approach applied to the research in this paper. The analysis of labour productivity in Macedonia within results of the impact of the selected determinants (physical capital through gross capital formation, foreign direct investments, human capital through employees with secondary school and employees with university degree and real wages) on the labour productivity are presented and explained in the third part, and the last section covers the conclusion of the research, with some recommendations for improving the analyzed issue.

2. LITERATURE REVIEW

Despite the significant productivity growth from 2002 to 2008, and again from 2014 to 2017, Macedonia still lags behind the EU average. Macedonia's labour productivity has negative growth rate from 2017 onwards. It drops by 4.4% in the first quarter compared with a drop of 2.1% in the previous quarter. Examining the relationship between labour productivity and GDP growth in Macedonia, Trpeski and Cvetanoska (2016) indicated that the relation between labour productivity and economic growth significantly differs and it is not a constant or stable relation over the periods of time. By definition, labour productivity is the ratio between the real gross domestic product and the number of employees, or the number of working hours. Hence, Kitov and Kitov (2008) showed that productivity growth is also driven by the only macroeconomic variable - GDP per capita or change in a certain age of the population. Polyzos and Arabatzis (2015) showed that labour productivity plays an important role in shaping the competitiveness of a particular sector or the whole economy and helps in creating the necessary conditions for economic development. The relationship between wages and labor productivity is important since the standard of living and distribution of incomes between labor and capital depend upon it. Feldstein (2008) answers the question whether wage growth reflects an increase in productivity. He noted that the level of productivity in the United States doubled in the period 1970-2006 in non- agricultural sector. Wages in the same period, annually grew of approximately the same rate. Kajzer et al., (2007) examine the relationship between real wages and productivity in Slovenia and, among other things, they concluded that in the period from the second half of the nineties of the last century until the publication of the paper, the real growth of average gross wage per worker lags behind productivity growth. Trpeski et al., (2016) found that during and the period after the crisis, quantitative relationship between labor productivity and real net wages is very low, and even that their relationships are with the opposite sign.

Evidence is found to support a positive relationship with physical capital. Schreyer and Pilat (2001) identify capital as one of the required variables for measuring productivity and (Kurre and Eiben, 2013) found that capital is crucial to productivity regardless of industry. According to Xu and Sheng (2012), FDI has a significant positive impact on productivity of domestic firms that purchase high-quality intermediate goods with lower input prices, or equipment from firms receiving FDI in the upstream industry. Foreign enterprises may play their own role in human capital development in general and labour productivity in particular. When multinational companies decide to invest in developing countries, it is expected that they will bring capital and other intangible assets (Aitken and Harrison, 1999). In addition, the productivity of workers of the host country is expected to increase when they receive training or accumulate experience while working for multinationals (Mebratie, 2010). Miller and Upadhyay (2000) show that education attainment has a positive relationship with TFP in general, but for low-income countries, the effect of education on TFP is negative until trade openness is sufficiently large. Bronzini and Piselli (2009) examined the importance of research and development spending in regional productivity. Their study found a positive relationship between research and development and regional productivity in Italian sub-national regions. Choudhry (2009) found that process of urbanization impacts the labor productivity growth significantly and positively in lower and lower middle income group economies and that negative impact of increased labor force participation is high in lower and lower middle income economies compared to high income and upper middle income economies.

3. METHODOLOGY OF THE RESEARCH

One of the basic issues in the examination of the links between labour productivity and factors that determined it is setting the methodological concept of productivity. Therefore, for the purposes of the study, there will be distinguished several different concepts of productivity, such as: partial vs. total factor productivity; output per worker vs. output per working hour; the level of productivity vs. productivity growth rates and cyclical behavior of productivity. Essential for this paper is to make a difference between partial productivity and total factor productivity. Partial productivity refers to the productivity of the individual factors of production, or it is defined as the ratio between output that is obtained by engaging the appropriate factor of production and the amount of involved units of that factor. Best known partial measure of productivity is labor productivity. The aim of this paper is analyzing the partial productivity, i.e. which is the labor productivity.

But in the calculation of productivity it should be clearly define how the labor as an input is measured. It is important because growth rates in output per worker and per working hour can be quite different depending on how many overtime hours are there in the economy. For the purposes of this paper, the output per worker will be taken as an input for calculating the labor productivity because it is simple to calculate the productivity for a longer period of time, which is quite important for the paper because for our research longer series of movement in labor productivity are needed and because the overtime work or overtime working hours in the past period in Macedonia are quite rarely and incompletely registered.

Labour productivity is the dependent variable. Factors that are selected regarding literature review as determinants of labour productivity in Macedonia are chosen as follows:

- physical capital which is measured by gross capital formation;
- human capital which is measured through employees with secondary and university education;
- foreign direct investments (FDI);
- real wages.

Because there are not enough data for creating urbanization and innovation time series, these variables are not included in our model. Therefore, the regression model is based only on economic variables, non-economic variables are excluded. To find out the direction and the impact of physical capital, human capital and real wages on labor productivity in Macedonia, the following regression model is formulated:

$$\ln LP_t = \beta_0 + \beta_1 \ln K_t + \beta_2 \ln H_t + \beta_3 \ln FDI_t + \beta_4 \ln W_t + U_t,$$

where

- LP_t : labour productivity
- K_t : physical capital per capita
- H_t : human capital:
 - employees with secondary school
 - employees with university degree
- FDI_t : foreign direct investments per capita
- W_t : real wages.

The research is based on time series and for analyzing the relationship between labor productivity in Macedonia and the selected factors, official data of the State Statistical Office, National Bank of Macedonia and World Bank Data is used.

4. EMPIRICAL RESULTS AND DISCUSSION

The basic assumption for a sound econometric analysis is the stationarity of the time series of data. Therefore, before the regression analysis is made, the stationarity of the variables involved in the regression model is checked. Testing is done by applying the Unit Root test using the Augmented Dickey - Fuller test. The ADF test showed that the variables are non-stationary at the basic level, so that the first and second level differentials are made and the results of the test are shown in Table 1 as follows: gross fixed capital per capita, foreign direct investments per capita and employees with secondary education are stationary after the first level of differencing, while employees with university degree and real wages are stationary at the second differential. After the differentiations, all variables are stationary.

Table 1. Results from ADF Unit - Root test

Series	t - statistic	Prob.	Level of differencing
D (Gross fixed capital per capita)	-3.241367	0.0375	1
D (Foreign direct investments per capita)	-4.904066	0.0018	1
D (Employees with secondary education)	-3.121098	0.0481	1
D (Employees with university degree)	-3.542104	0.0281	2
D (real wages)	-4.828422	0.0024	2

Source: Authors' calculations (processing in Eviews)

All the variables show a strong extent of correspondence and high coefficients of correlation which are above 0.70. Correlation analysis can be seen from Table 2.

Table 2. Correlation between labour productivity and selected determinants in Macedonia for the period 2000 – 2016

	K_t	FDI_t	LP_t	H_{1t}	H_{2t}	W_t
K_t	1.00	0.967	0.812	0.941	0.892	0.963
FDI_t	0.967	1.00	0.826	0.967	0.956	0.973
LP_t	0.812	0.826	1.00	0.697	0.721	0.787

H_{1t}	0.941	0.967	0.697	1.00	0.935	0.941
H_{2t}	0.892	0.956	0.721	0.935	1.00	0.938
W_t	0.963	0.973	0.787	0.941	0.938	1.00

Source: Authors' calculations (processing in Eviews)

Table 3 shows the results of the regression model which choice was good specification is confirmed by the lower and negative values of Akaike and Schwarz, as well as the higher determination coefficient, which are indicators for choosing a better alternative specification of the model:

Table 3. Relationship between labour productivity and selected determinants in Macedonia for the period 2000 – 2016

Independent variable	Coefficient	Std. Error	Prob.
β_0	18.09765	1.781525	0.0000
$\ln K_t$	-0.102234	0.097087	0.3198
$\ln FDI_t$	0.288161	0.078217	0.0050*
$\ln H_{1t}$ (secondary education)	-0.402641	0.190252	0.0634
$\ln H_{2t}$ (university education)	0.029509	0.097617	0.7693
$\ln W_t$	-0.086064	0.122340	0.4995
R^2	0.874164		
Adjusted R^2	0.804255		
Prob. (F – statistic)	0.000782		

Dependent variable: labour productivity

Note: $p < 0.05^*$

Source: Authors' calculations (processing in Eviews)

The results show that the formation of gross fixed capital, employees with secondary education and real wages have a negative impact on labour productivity in Macedonia compared with the positive impact of foreign direct investments and employees with university degree. The adjusted R^2 is 80%. This shows that over 80% of variations in labour productivity can be explained by the selected independent variables. Also this coefficient shows the good state of regression. F-statistic which is statistically significant, point out that explanatory variables are important factors that determine the labour productivity in Macedonia, i.e. that the model is good specified. While testing the significance, only the effects of foreign direct investments are statistically significant, as evidenced by its probability which is lower than the level of significance of 5%. From the aspect of foreign direct investments per capita, if it rises for one unit, labour productivity will increase by 0.29%. This means that the local economy has many of the FDI benefits such as capital, government tax revenue, job creation for citizens, and technological transfer to local industries. The positive relationship between foreign direct investment and labor productivity shows the important role of foreign direct investments as a major source of private capital flows in Macedonia as a developing country. Education which is presented by employees with secondary and university education has not a statistic significance for the labour productivity in Macedonia. Even the sign of coefficient of employees with secondary education is negative. This determinant in our analysis does not affect labour productivity and one possible explanation for such a result is that the skill of a worker is not always reflected by education. Their combination with physical capital which is also insignificant maybe will contribute positively to labour productivity, which analysis should be made in some further research. Real wages have no effect on productivity and such a relation is found only in limited papers in the literature, so it would be valuable to see more work along this line specifically focusing on developing countries.

5. CONCLUSION

Testing the determinants of labour productivity in specific economies has revealed a number of different and important results. At the national level, higher productivity increases living standards as more real income improves people's ability to consume and demand more goods and services whether they are necessities or luxuries, enjoy leisure, improve housing and education and contribute to social and environmental programs. Despite the significant productivity growth from 2002 to 2008, and again from 2014 to 2017, Macedonia still lags behind the EU average.

Macedonia's labour productivity has negative growth rate from 2017 onwards. It drops by 4.4% in the first quarter compared with a drop of 2.1% in the previous quarter. Based on a literature review in order to analyze the sources of greater productivity, we have selected physical capital through gross capital formation, foreign direct investments, human capital through employees with secondary school and employees with university degree and real wages as main categories of determinants of labour productivity in Macedonia. Our analysis has shown that foreign direct investments are important for Macedonian labour productivity and their increase for one unit will lead to an increase in labour productivity for 0.29%. The positive relationship between foreign direct investment and labor productivity shows the important role of foreign direct investments as a major source of private capital flows in Macedonia as a developing country.

This study has some limitations that need to be considered when interpreting the results. When selecting the main determinants of labour productivity, the regression model is based only on economic variables, non-economic variables are excluded. It is because there is not enough data for creating time series for the non-economic variables in Macedonia. Furthermore, output measures for human capital are selected instead of input measures such as school enrollment rates or educational attainment as these indicators are not available in our database and output measures are more appropriate because people are directly related with the labour productivity when they are involved on the labour market.

Going forward, analysis of Macedonian productivity should be more focused on sectoral trends rather than on economy aggregate measures and the combination of determinants which is also significant should be done in some further researches. Future research should seek to expand on these results.

In order to have clear understanding of the labour productivity, some recommendations are necessary. Because there is a positive link between foreign direct investments and labour productivity, the economy has to increase the capability to absorb advanced technologies. Such as many developing countries, Macedonia have an opportunity to increase productivity through efficient budget spending and effective policy implementation with complementary efforts from schools and societies in the long term as it needs to be prepared with an advanced level of human capacity to learn new technologies. The focus of policies should be on making markets more competitive as most productivity gains come from the private sector of the economy. Effective demand-side policies are also needed to sustain a higher level of aggregate demand to keep high the level of productivity.

REFERENCES

- [1] Aitken, B. J., & Harrison, A. E. (1999). Do domestic firms benefit from direct foreign investment? Evidence from Venezuela. *American economic review*, 89(3), 605-618.
- [2] Bronzini, R., & Piselli, P. (2009). Determinants of long-run regional productivity with geographical spillovers: the role of R&D, human capital and public infrastructure. *Regional Science and Urban Economics*, 39(2), 187-199. *Regional Science and Urban Economics*, 39, 187.
- [3] Choudhry, M. T. (2009). Determinants of Labor Productivity: An Empirical Investigation of Productivity Divergence, Working paper. University of Groningen, The Netherlands.
- [4] Feldstein, M. (2008). Did wages reflect growth in productivity?. *Journal of Policy Modeling*, 30(4), 591-594.
- [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] Kurre, J. A., & Eiben, D. F. (2013, October). Determinants of Labor Productivity for Detailed Manufacturing Industries. In *67th Annual Fall Meeting of the Association for University Business and Economic Research, Richmond, VA*.
- [7] Kitov, I. & Kitov, O. (2008). *The driving force of labour productivity*, MPRA Paper 9069, University Library of Munich, Germany.
- [8] Mebratie, A. D. (2010). Foreign Direct Investment and Labour Productivity in South Africa'. *Research Paper, Institute of Social Studies, The Hague*.
- [9] Miller, S. M., & Upadhyay, M. P. (2000). The effects of openness, trade orientation, and human capital on total factor productivity. *Journal of development economics*, 63(2), 399-423.
- [10] Polyzos, S., & Arabatzis, G. (2005). Labour Productivity of the agricultural sector in Greece: Determinant factors and interregional differences analysis. *Development*. Discussion paper series, 11 (12), 209-226.
- [11] Schreyer, P., & Pilat, D. (2001). Measuring productivity. *OECD Economic Studies*, 33(11), 128.
- [12] Trpeski, P., Eftimov, L., & Cvetanoska, M. (2016). Labor Productivity And Real Wages In Macedonia: An Overview Before And After The Global Economic Crisis. *European Scientific Journal, ESJ*, 12(10).

- [13] Trpeski, P., & Cvetanoska, M. (2016). Labour productivity and economic growth in selected SEE countries after the great recession of 2008. *Contemporary Issues in Economics, Business and Management*. Paper presented at the 4th International Scientific Conference, Faculty of Economics in Kragujevac, 09-10 November, 2016 (pp.175-181). Faculty of Economics in Kragujevac, Republic of Serbia
- [14] Xu, X., & Sheng, Y. (2012). Productivity spillovers from foreign direct investment: firm-level evidence from China. *World Development*, 40(1), 62-74.

**THE DETERMINING FACTORS OF THE BRAIN DRAIN IN THE REPUBLIC OF
MACEDONIA AND ITS EFFECTS ON THE ECONOMY OF THE COUNTRY**

Andrijana Ristovska

Faculty of Economics – Skopje, University Ss. “Cyril and Methodius” in Skopje,
andrijanaristovska07@yahoo.com

Marija Magdinceva Sopova

Faculty of tourism and business logistics – Gevgelija, “Goce Delcev” University of Stip,
marija.magdinceva@ugd.edu.mk

Kiril Postolov

Faculty of Economics – Skopje, University Ss. “Cyril and Methodius” in Skopje,
kiril.postolov@eccf.ukim.edu.mk

Saso Josimovski

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

Abstract: This paper elaborates the issue about the „brain drain” phenomenon observing it through the prism of its intensity in the Republic of Macedonia and its positive and negative impacts, but also its effects on the development of the economy in the country.

This research, which covered 1400 respondents from the target group of young people, aged between 15 and 29, begins by providing answers to the questions about the extent to which this phenomenon is present in Macedonia, what are the characteristics of the people who tend to leave the country, what are the pull factors that attract them to go abroad and also, what are the push factors that stimulate them to leave their own country, what are their expectations in relation to the development of the country in the future, what are their opinions about the effects of the brain drain on the development of the country – whether they are positive or negative effects and finally, which measures and policies, according to the respondents are of a great importance and should be taken by the government institutions and authorities, non-governmental organizations and private sector in order to reduce brain drain in the country.

Republic of Macedonia is threatened by serious losses from brain drain that could decrease the human capital of the country and its economic growth. Macedonia faces a serious brain drain threat: 77.03% of respondents have firm stances to permanently leave the country, which is equal to loss of intellectual potential, loss of future skilled workers and entrepreneurs. It is a huge number of young people and poses a great danger to the aging of the population in the country, a risk to the economic potential and economic development of the country, especially if the continuity of migration lasts for a long time.

Fortunately, the brain drain is a dynamic phenomenon, and its direction and intensity can be significantly changed through honest, serious and selfless efforts of all social stakeholders. In this direction, well-designed measures for the preservation of human capital in the country and their consistent implementation in practice, could turn this trend of brain drain into a successful brain circulation in Macedonia for a period of 5-10 years.

Based on the presented results of the research given in the following text, but also on the basis of personal expertise and continuous monitoring of the brain drain process from the country, we propose several most important recommendations for activities at different levels of influence.

Keywords: migrations, brain drain, brain gain, economic development, intellectual capital.

**ДЕТЕРМИНИРАЧКИ ФАКТОРИ НА ОДЛИВОТ НА МОЗОЦИ ВО
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА И ЕФЕКТИТЕ НА ОВОЈ ФЕНОМЕН ВРЗ
ЕКОНОМСКИОТ РАЗВОЈ НА ЗЕМЈАТА**

Андријана Ристовска

Економски факултет – Скопје, Универзитет Св. “Кирил и Методиј” во Скопје,
andrijanaristovska07@yahoo.com

Марија Магдинчева Шопова

Факултет за туризам и бизнис логистика – Гевгелија, Универзитет “Гоце Делчев” во Штип,

marija.magdinceva@ugd.edu.mk

Кирил Постолов

Економски факултет – Скопје, Универзитет Св. “Кирил и Методиј” во Скопје,

kiril.postolov@eccf.ukim.edu.mk

Сашо Јосимовски

Економски факултет – Скопје, Универзитет Св. “Кирил и Методиј” во Скопје,

sasojos@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт: Овој труд го разработува прашањето за феноменот "одлив на мозоци", набљудувајќи го истиот низ призна на неговиот интензитет во Република Македонија и неговите позитивни и негативни влијанија, но и неговите ефекти врз економскиот развој во земјата.

Ова истражување, кое опфати 1400 испитаници од целната група на млади луѓе, на возраст помеѓу 15 и 29 години, дава одговор на прашањата за степенот до кој овој феномен е присутен во Македонија, кои се карактеристиките на луѓето кои имаат тенденција да ја напуштат земјата, кои се факторите на влечење или т.н. “pull-фактори” што ги привлекуваат да заминат во странство и кои се факторите на туркање, односно “push фактори” кои ги стимулираат да ја напуштат својата земја, какви се нивните очекувања во врска со развојот на земјата во иднина, какви се нивните мислења за ефектите од одливот на мозоци врз развојот на земјата - дали тие ефекти се позитивни или негативни и, конечно, кои мерки и политики, според испитаниците, се од големо значење и треба бидат земени предвид од страна на владините институции, невладините организации и приватниот сектор, со цел да се намали одливот на мозоци во земјата.

Република Македонија е загрозувана од загуба како резултат на одливот на мозоци која доведува до намалување на човечкиот капитал на земјата и нејзиниот економски раст. Македонија се соочува со сериозна закана од одлив на мозоци: 77,03% од испитаниците имаат цврсти ставови за трајно напуштање на земјата, што е еднакво на губење на интелектуалниот потенцијал, губење на идни квалификувани работници и претприемачи. Тоа е огромен број млади луѓе и претставува голема опасност за процесот на стареење на населението во земјата, ризик за економскиот потенцијал и економскиот развој на земјата, особено ако континуитетот на миграцијата трае долго време.

За среќа, одливот на мозоци е динамичен феномен, и неговата насока и интензитет може значително да се променат преку чесни, сериозни и несебични напори на сите општествени засегнати страни. Во оваа насока, добро дизајнираните мерки за задржување на човечкиот капитал во земјата и нивната континуирана имплементација, би можеле, овој тренд на одлив на мозоци да го претворат во успешна циркулација на мозоци во Македонија во период од 5-10 години.

Врз основа на добиените резултати од истражувањето, прикажани во долунаведениот текст, но и врз основа на лична експертиза и континуиран мониторинг на процесот на одлив на мозоци од земјата, дадени се извесни препораки за активности на различни нивоа на влијание.

Клучни зборови: миграции, одлив на мозоци, прилив на мозоци, економски развој, интелектуален капитал.

1. ВОВЕД

За преселничките движења од Република Македонија во странство, во подолг временски период карактеристична е доминантна застапеност на иселувањата. Вкупната емиграција од Република Македонија, се одвива под влијание на бројни и разновидни фактори: промени во социоекономскиот развој на земјата, невработеноста, непочитувањето на трудот, потценувањето на стручноста и ограничените можности за напредување во професијата, воспоставените миграциски врски, како и поволните промени во имиграциските политики на земјите на прием како фактор кој не смее да се потцени.

Во периодот по 2000 година сè поголем е бројот на млади високообразовани лица, како и студенти на последните години од факултетите на техничките и природните науки кои размислуваат или планираат да заминат во странство (Национална стратегија за вмрежување, соработка и намалување на одливот на високообразовани и стручни кадри 2013-2020). Според последните податоци од Светска банка, надвор од Македонија живеат и работат околу 29,1% од високообразованите поединци, а вкупниот процент на иселеници изнесува 21,9% (Migration and Remittances Factbook, World Bank, 2011).

Емиграцијата на младите високообразовани и стручни кадри од Република Македонија значајно се рефлектира и на процесот на стареење на популацијата во земјата. Ова го потврдува и истражувањето

спроведено од Заводот за статистика во Република Македонија во 2016 година, чии резултати покажуваат дека процесот на стареење на популацијата во земјата расте со брз интензитет. Во периодот од 2006 до 2016 година, учеството на младите во вкупната популација бележи пад од 18,9% во 2006 на 16,6% во 2016 година, додека процентот на популацијата на возраст од 65 и повеќе години, покажува раст од 11,2% во 2006 на 13,3% во 2016 година. Сето тоа, имплицира промени во квалитетот на работната сила и намалување на нивото на човечкиот капитал, а со тоа и негативни ефекти во областа на економскиот развој на земјата.

Овој процес е познат како одлив на мозоци, односно “brain drain” и се дефинира како емиграција на квалификувани човечки ресурси од пониско кон повисоко развиените земји со цел: подобро образование, подобри работни услови, повисока плата, подобар животен стандард и услови за живот, како и поквалитетни услови за извршување на професионалните активности. Станува збор за одлив на највредните човечки ресурси на секоја земја, во кои се инвестирани време и материјални средства, така што одливот на истите ќе доведе до сериозна загуба не само како резултат на инвестицијата во овие потенцијални кадри, туку и како резултат на пропуштената можност за нивен придонес кон економскиот развој на емиграциските земји.

Постојат различни генерации на студии за одливот на мозоци кои се базирани на различни економски гледишта. Некои од нив (Grubel и Scott, 1966; Solow, 1956), се засноваат на тврдењето дека емиграцијата на висококвалификувани кадри нема негативни ефекти, бидејќи истите се компензираат со странските дознаки, односно финансиските средства кои емигрантите ги испраќаат на своите семејства во матичната земја. Во врска со ова, многу често се поставува прашањето какви се ефектите од одливот на мозоци врз платниот биланс на земјата од која тие емигрираат. Имајќи го во предвид фактот дека тие постојано испраќаат финансиски средства на своите семејства во својата матична земја, одговорот е дека ова ја подобрува финансиската состојба на земјата и ја поттикнува локалната потрошувачка. Но, иако постојат и позитивни ефекти, сепак одливот на мозоци има деструктивно дејство врз економијата и стопанството на емиграциските земји.

Според други студии кои датираат од 1970-тите години наваму (Mankiw et al, 1992; Becker et al, 2003; Commier et al, 2003), се смета дека одливот на мозоци создава негативни ефекти за земјите од кои тие емигрираат, бидејќи предизвикува намалување на нивото на интелектуален капитал во земјата кој ги придвижува основните текови на економијата, создава јаз во општествените и приватните придобивки од образованието и негативни екстерналии во фискалната политика. Дополнително, ако најдобро обучените професионалци заминуваат од нивната земја, потенцијалните инвеститори може да добијат негативен впечаток за земјата. Тоа значи дека странските инвеститори може да почнат да се прашуваат дали земја која се соочува со одлив на професионалци е добра локација за нивните инвестиции и дали одливот е знак на неизвесна економска и политичка иднина на земјата.

Постојат тврдења дека одливот на мозоци доведува до намалување на факторите кои влијаат врз економскиот раст, меѓу кои поважни се губењето на потенцијални кадри (бидејќи најчесто трајните емиграции се базираат на семејни одливи на мозоци – заедно со своите деца како идни потенцијални кадри), здравствената заштита на населението, бруто домашниот производ, надворешните влијанија и многу други. Сите овие фактори може да резултираат во забавен економски раст, висока стапка на невработеност и пораст на бројот на преквалификувани работници, кои поради своите квалификации се борат да најдат работа и често решаваат да заминат кон економски постабилни региони.

Од друга страна, постојат и одредени бенефиции кои произлегуваат од емиграцијата на квалификуваните кадри за земјите од кои тие се одлеваат: износот на дознаки, создавањето на научни и бизнис мрежи, како и можното враќање на тие кадри со дополнителни вештини стекнати во странство (Ionescu, 2014). Бенефициите се очигледни и кај имиграциските земји бидејќи имиграцијата на млад научен подмладок им овозможува тие да вработат високо квалификувани и стручни специјалисти, притоа остварувајќи финансиска заштеда, бидејќи дел од образованието и обуката на овие професионалци е инвестирано од страна на земјите од кои тие доаѓаат, односно нивните матични земји.

2. ОДЛИВ НА МОЗОЦИ – ПРЕДМЕТ, ЦЕЛ И ХИПОТЕЗИ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Овој труд го разработува прашањето за феноменот “brain-drain” или одлив на мозоци и неговиот ефект врз економскиот развој на имиграциските и емиграциските земји, како и влијанието на економските фактори и состојби во државата врз продлабочувањето на овој феномен.

Цел на ова истражување е да се добијат сознанија за присутноста на проблемот на одлив на мозоци преку анализа на интересот, причините и мотивацијата на младите во Република Македонија за заминување во странство и неговото влијание врз економскиот развој на земјата, како и да се утврди, според младите,

кои се најзначајните мерки кои се преземаат, односно треба да се преземат од страна на државата за намалување на интензитетот на овој проблем.

За да го истражиме поставениот предмет и проблем во овој труд, поставени се следните хипотези:

Работна хипотеза 1: Одливот на мозоци од Република Македонија претставува сериозна закана за економскиот развој на земјата.

Работна хипотеза 2: Одливот на мозоци во Република Македонија се должи најмногу како резултат на економски причини во земјата, меѓу кои ниската плата, неповолната економска состојба во земјата и невработеноста се едни од клучните фактори кои влијаат врз овој проблем.

Работна хипотеза 3: Најзначајни мерки за намалување на одливот на мозоци на кои државните органи треба да посветат поголемо внимание се: зголемување на платите на вработените, креирање на поголеми можности за вработување и подобрување на квалитетот на образование на сите нивоа.

3. МЕТОДИ И РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕ

Со цел да се утврди состојбата во Република Македонија во однос на интересот и тенденцијата на младите таленти за емигрирање во поразвиениот свет, целната група испитаници што беа вклучени во истражувањето беа млади на возраст од 15 до 29 години, или 1400 испитаници со различни демографски карактеристики (пол, националност, степен на образование, вид на студии, просечен успех во образованието, работен статус, брачен статус, богатство итн.). За таа цел, спроведовме прашалник на кој младите ги дадоа своите мислења и одговори. Целта на овој прашалник беше да се одреди интересот и тенденцијата на оваа категорија на млади луѓе да емигрираат и да живеат во поразвиените земји во светот, утврдување на причините поради кои се појавува нивната желба и потреба, како и кои фактори ги привлекуваат за одење во странство и се важни за подобар живот.

Одливот на мозоци најсилно се одразува врз економскиот развој на земјата бидејќи високообразовани човечки ресурси ја напуштаат државата со цел да ги подобрат сопствените, како и семејните услови за живот, што претставува сериозна закана за економијата на земјата, бидејќи овој феномен креира загуба на интелектуален капитал, идни квалификувани работници и претприемачи. Според тоа, од испитаниците беше побарано да ги изразат своите очекувања за можностите за подобрување на економскиот развој на земјата и нивните мислења за одливот на мозоци, набљудувајќи го овој феномен низ призма на неговите ефекти врз економијата на Република Македонија - без разлика дали станува збор за позитивни или негативни ефекти, како и кои негативни ефекти се манифестираат најсилно врз економијата на земјата.

Квантитативното истражување беше направено со спроведување на анкетен прашалник преку електронскиот сервис за прибирање и анализа на податоци за истражување – *Kwik Surveys*, додека SPSS, софтверот за анализа на податоци, беше употребен за статистичка анализа на резултатите од истражувањето. Графичкиот приказ е претставен преку MS Excel програмата.

Клучно прашање во рамките на оваа статистичка анализа е прашањето за утврдување на тенденцијата и интересот на младите од 15 до 29 години за привремено или трајно напуштање на земјата. Од вкупниот број на 1380 испитаници кои одговорија на прашалникот, 1063 испитаници, односно 77.03% изјавиле дека би ја напуштиле Република Македонија и би заминале во странство, додека останатите (22.97%) би останале да живеат во земјата.

Покрај прашањата за утврдување на демографските карактеристики на испитаниците, поставени со цел да се добие подобра перцепција за профилот на младите кои имаат тенденција да ја напуштат земјата, прашалникот, исто така, вклучуваше и прашања за утврдување на ставовите на младите во однос на нивното мислење за ефектите од одливот на мозоци – дали одливот на мозоци генерира позитивни или негативни ефекти врз економскиот развој на земјата. Така, најголем дел од испитаниците (52.35%) одговориле дека одливот на мозоци има негативно влијание врз развојот на земјата, додека останатите (47.65%) одговориле дека овој процес генерира позитивни ефекти.

Наодите од анализата на средната вредност на рангираните негативни ефекти од одливот на мозоци покажаа дека топ три негативни ефекти, препознаени од страна на испитаниците кои имаат тенденција да заминат во странство се:

1. Загуба на идни квалификувани работници,
2. Загуба на потенцијални идни претприемачи,
3. Намалена циркулација на иновативни идеи во земјата.

Наодите од прашањата за утврдување на демографските карактеристики укажуваат дека младите во Република Македонија на возраст од 20 до 24 години (период на студии во високото образование) имаат

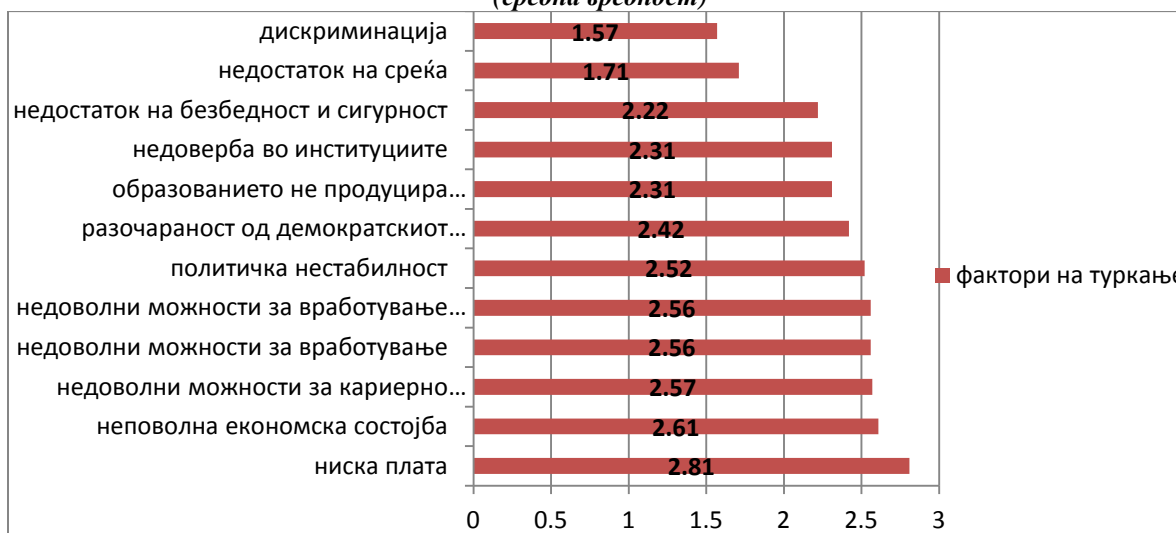
најголем интерес да ја напуштат земјата и да емигрираат кон поразвиениот свет, што резултира во намалување на бројот на студенти кои продолжиле во високото образование и кои по завршувањето на студиите се потенцијални кадри кои директно ќе придонесат за економскиот развој на земјата. Според степенот на образование, најголем процент на оние кои се одлеваат од земјата се со средно образование (49.25%) што доведува кон намалување на потенцијалните кадри директно вклучени во производствените процеси, а со тоа и кон намалување на бруто домашниот производ (БДП) на земјата. Приближно ист е и процентот од 42.95% на високо образованиот кадар, кој е од суштинско значење за развојните економски политики и директно влијае врз економскиот развој на државата. Анализирајќи ја категоријата вработени кои имаат тенденција за емигрирање, најголема е застапеноста на оние со полно работно време (57.34%), за разлика од оние со скратено работно време (5.37%), кои најверојатно се уште своите можности за проширување на своето работно време до полно, ги бараат и очекуваат во државата. Значаен е и процентот на невработени (20.34%) за кои се претпоставува дека се разочарани од недоволните можности за вработување, или вработување според професија, поради што се одлучуваат за напуштање на земјата. Во контекст на ова, ќе се изврши анализа и на ставовите на младите во однос на факторите важни за вработување во Република Македонија. Резултатите покажуваат дека невработеноста на младите се должи најмногу како резултат на исцрпувањето на слободните работни места преку вработување на поединци кои независно од својата стручност и компетентност, влегуваат со политички врски и врски од пријатели и роднини.

Врз основа на овие наоди, а особено податокот дека прворангираните негативни ефекти од одливот, заедно со намалената доверба во економијата и загубата поради државните инвестиции во образование, образовни и здравствени услуги, се фактори кои се најтесно поврзани со економскиот развој на земјата, се докажува првата хипотеза, односно одливот на мозоци претставува сериозна закана за економскиот развој на земјата.

Истражувањето продолжува со утврдување на причините зошто би ја напуштиле земјата (фактори на туркање), односно причините кои ги сметаат за привлечни во развиените земји (фактори на влечење).

На тој начин, според испитаниците, “фактори на туркање” кои имаат најзначајно влијание врз поттикнувањето на одливот на мозоци од Република Македонија, рангирани на скала од 1 до 3, каде 1 означува “нема влијание”, додека 3 означува “големо влијание”, се (Графикон 1): ниска плата во земјата, неповолна економска состојба, недоволни можности за кариерно напредување, недоволни можности за вработување, недоволни можности за вработување според професија, политичка нестабилност.

Графикон 1: Рангирање на 12-те фактори на туркање според степенот на нивното влијание (средна вредност)



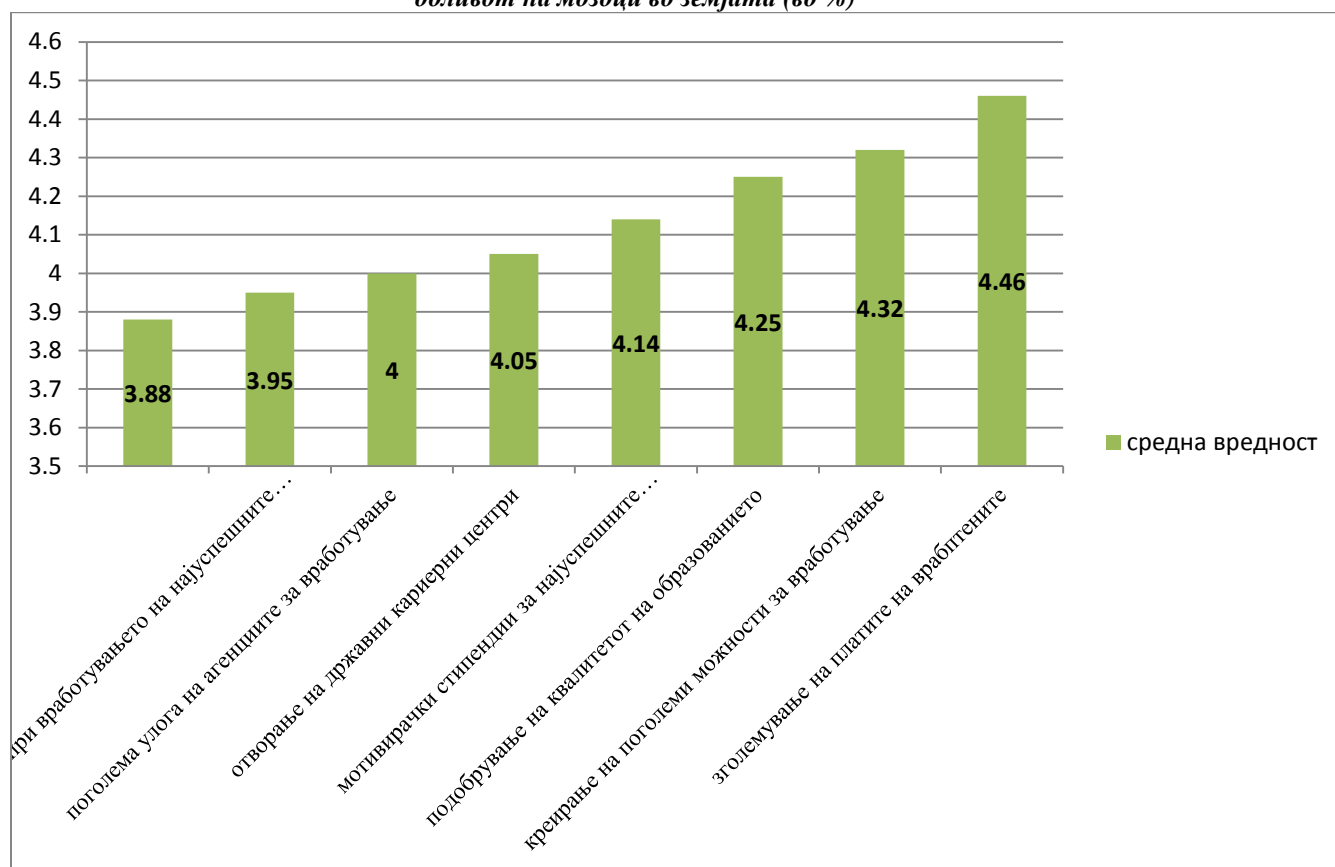
Извор: Истражување за одлив на мозоци, спроведено во периодот Мај-Јуни, 2017 година

Овие наоди ја потврдуваат втората хипотеза: “Одливот на мозоци во Република Македонија се должи најмногу како резултат на економски причини во земјата, меѓу кои ниската плата, неповолната економска состојба во земјата и невработеноста се едни од клучните фактори кои влијаат врз овој проблем”.

Важно е, исто така, да се земат во предвид факторите кои ги привлекуваат младите од земјата да мигрираат кон поразвиените земји, односно “факторите на привлекување”. Така, следните фактори на привлекување имаат најголемо влијание врз одлуката на младите да заминат во странство: повисока плата, подобар стандард на живеење, поголеми можности за вработување, поголеми можности за кариерно напредување, поквалитетно образование, стекнување на искуство, и подобра економска и политичка стабилност.

За да се тестира третата хипотеза, анкетниот прашалник вклучуваше и прашање за утврдување на мислењата на испитаниците во однос на мерките и политиките кои се од големо значење и треба да бидат преземени од страна на владините институции и власти со цел намалување на одливот на мозоци во земјата (Графикон 2).

Графикон 2. Рангирање на мерките и политиките (според важност) за намалување на одливот на мозоци во земјата (во %)



Извор: Истражување за одлив на мозоци, спроведено во периодот Мај-Јуни, 2017 година

Врз основа на одговорите на испитаниците, се докажува и третата хипотеза, односно “Најзначајни мерки за намалување на одливот на мозоци на кои државните органи треба да посветат поголемо внимание се: зголемување на платите на вработените, креирање на поголеми можности за вработување, подобрување на квалитетот на образование на сите нивоа, мотивирачки стипендии и финансиско олеснување на најуспешните студенти при продолжување на нивното образование на втор и трет циклус на студии и отворање на државни кариерни центри кои ќе ги следат талентираниите и успешни студенти и ученици и кои ќе гарантираат нивно соодветно вработување по завршувањето на образованието”.

ЗАКЛУЧОК

Најзначајниот податок од истражувањето е дека најголемиот дел од испитуваниот примерок, дури 77.03% би ја напуштиле државата, што е огромен број од младата популација и претставува голема опасност за стареење

на населението во државата, ризик за економскиот потенцијал и економскиот развој на државата, посебно ако континуитетот на мигрирање трае подолго време.

Република Македонија се соочува со сериозна закана од одлевање мозоци, а тоа води кон значајно губење на интелектуалниот капитал на земјата и претставува сериозна закана за нејзиниот економски развој. Кон овој заклучок насочува фактот што 52,35% од испитаниците ги чувствуваат негативните ефекти на одливот на мозоци врз развојот на земјата, поточно како најголеми негативни ефекти ги потенцираат следните три последици: **загуба на идни квалификувани работници, загуба на потенцијални идни претприемачи и намален оптек на иновативни идеи во земјата.**

Анализирајќи ја повторно возраста на заминување (20-24 години), како и фактот што најчесто лица со завршено средно образование или завршени студии и тоа со висок успех (42,86%) имаат интерес да заминат во странство, укажува уште повеќе на сериозноста на проблемот. Тоа значи дека се одлева кадарот кој директно треба да се вклучи во производството, а со тоа и да влијае врз зголемување на бруто-домашниот производ, од една страна, но и кадрите кои ги креираат и развиваат политиките за економски развој на државата. Фактот што и вработени со полно работно време претендираат за заминување во странство, дополнително разорно влијае врз домашната економија, затоа што заминува не само образован кадар, туку и кадар со работно искуство, профилиран во својата дејност и како готов кадар ја збогатува странската економија.

Истражувањето одговори на прашањето: Кои се факторите на туркање на младите од земјата? Од големиот број наведени причини, највисоко рангирани се: ниската плата, невработеноста, недоволните можности за вработување според професија, недовербата во институциите и политичката нестабилност.

Со цел да се подобри ситуацијата, младите во земјата сметаат дека државата, преку своите институции, како и невладините организации, но и приватниот сектор треба да преземат одредени мерки за намалување на одливот на мозоци и поттикнување на приливот на мозоци. Според нив, топ 3 најзначајни мерки се: зголемување на платите на вработените, отворање на поголем број на можности за вработување и подобрување на квалитетот на образованието.

Врз основа на изложените резултати од истражувањето, ги предлагаме следните мерки и активности, на различни нивоа на влијание: креирање на општество фокусирано на младите и поставување на улогата на младите во центарот на вниманието во процесите на креирање на државни политики, конзистентно имплементирање на национални и стратески приоритети поставени во голем број на стратески документи кои ги третираат младите, континуирана антиципација на ретките професии во земјата и организациите моментално и во блиска иднина, прецизно дефинирање на поимот “мозоци” за развој на земјата, креирање на Macedonian counterpart of the “European Youth Guarantee” ; отворање на “spin-off” претпријатија; креирање на младински тинк-тенкови (youth think tanks); поголема отвореност на јавните институции за праксата на студентите, креирање на национална мрежа на бизнис инкубатори и бизнис центри со солидна деловна инфраструктура во рамките на универзитетите, промоција и зајакнување на поларботно време и флексибилните работни часови во најголем дел од компаниите и зајакнување на можностите за работа од дома, континуирано оценување на потребите на пазарот на труд, афирмација на претприемништвото и претприемничката култура помеѓу најмладите, поголема употреба на алумни мрежите и центрите за кариера од страна на високообразовните институции, подобрување на условите и можностите за стажирање на студентите, зајакнување на улогата на виртуелните претпријатија (особено во образовните институции) како место и начин за развивање на бизнис вештините на младите, подобрување на образовниот систем, развој на економијата и странските директни инвестиции, зајакнување на довербата во институциите, програми за развој на култура, наука и спорт, зајакнување на секторите за човечки ресурси со директно влијание врз политиките на компаниите со цел задржување на кадрите, политики на повисоко ниво – стабилизација на државата.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

- [1] Ackers, L. (2005) “Promoting Scientific Mobility and Balanced Growth in the European Research Area”, *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, Vol.18 (3): pp. 301-317.
- [2] Afolayan, A.A. (2001), “Issues and Challenges of Emigration Dynamics in developing countries”, *International Migration*, Vol.39 (4): pp. 5-38.
- [3] Agency of Emigration,(1999) *Emigration from Republic of Macedonia-information*, Skopje, p. 10.
- [4] Arora, A., Gambardella, A., (2005) “The Globalization of the Software Industry: Perspectives and Opportunities for Developed and Developing Countries”, *NBER Chapters, Innovation Policy and the Economy*, Vol. 5: pp. 1-32.

-
- [5] Beine M., Docquier, F., Rapoport, H. (2008) “Brain drain and human capital formation in developing countries: winners and losers”, *The Economic Journal* Vol.118: pp. 631-652.
- [6] Beine, M., Docquier, F. and Rapoport, H. (2001) “Brain drain and economic growth: theory and evidence”, *Journal of Development Economics*, Vol.64 (1): pp. 275-289.
- [7]
- [8] Beine, M., Docquier, F., Rapoport, H. (2001). “Brain drain and economic growth: theory and evidence”, *Journal of Development Economics*, Vol. 64 (1): pp. 275-289.
- [9] Bhagwati, J. and Hamada, K. (1974) “The Brain Drain, International Integration of Markets for Professionals and Unemployment”, *Journal of Development Economics*, Vol.1(1): pp. 19-24.
- [10] Bhagwati, J., Hamada, K. (1974). “The brain drain, International Integration of markets for professionals and unemployment: a theoretical analysis”, *Journal of Development Economics*, Vol.1 (1): pp. 19-42.
- [11] Bornarova, S., Janeska, V. (2012): European Commission & GVG (2012): “Social Impact of Emigration and Rural-Urban Migration in Central and Eastern Europe”, *Country Report Macedonia*, European Commission & GVG, p.4.
- [12] Brain Drain versus Brain Gain: the study of remittances in Southeast Asia and promoting knowledge exchange through diasporas (2005). Asian Development Bank. Available at: http://www.un.org/esa/population/meetings/fourthcoord2005/P13_ADB.pdf (15.07.2017)
- [13] Eleanor Cambridge, 2006, “Relationships among Globalization, Development, Primary Education Spending and Brain Drain in the Developing World”, the Heinz School Review, www.journal.heinz.cmu.edu
- [14] Employment Service Agency of the Republic of Macedonia: <http://www.avrm.gov.mk/>
- [15] World Economic Forum, Global Competitiveness Index Reports 2008-2009; 2009-2010; 2010-2011; 2011-2012, <http://www.weforum.org>
- [16] <http://www.rferl.org/features/2002/12/03122002191936.asp>
- [17] Yun-Chung, C. (2007). The limits of brain circulation: Chinese returnees and technological development in Beijing. Available at: <http://www.cctr.ust.hk/articles/pdf/WorkingPaper15.pdf>
- [18] <https://www.theguardian.com/global-development-professionals-network/2013/feb/06/brain-drain-net-gain-development-letters>
- [19] <https://www.ukessays.com/essays/economics/causes-and-effects-of-brain-drain-in-developing-economics-essay.php>
- [20] http://www.cctr.ust.hk/materials/working_papers/WorkingPaper15.pdf

**THE IMPACT AND THE ROLE OF THE SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES ON
THE EMPLOYMENT IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA**

Snezana Bardarova

Faculty of tourism and Business logistics, University Goce Delcev-Stip, Republic of Macedonia
snezana.bardarova@ugd.edu.mk

Marija Magdincheva-Shopova

Faculty of tourism and Business logistics, University Goce Delcev-Stip, Republic of Macedonia
marija.magdinceva@ugd.edu.mk

Monika Markovska

Faculty of Information and Communication Technologies, University "St. Kliment Ohridski" - Bitola,
Republic of Macedonia, monika.markovska@fikt.edu.mk

Bozhidar Milenkovski

Faculty of Information and Communication Technologies, University "St. Kliment Ohridski" - Bitola,
Republic of Macedonia, 20@uklo.edu.mk

Abstract: Current developments in the global and national economics point to a number of problems faced by real entities in the real sector, and as a special area of interest for the scientific public there is a need to provide conditions for the smooth running of the reproduction processes in the enterprise and the realization the positive results of the operation. Enterprises are drivers of inclusive economic growth in the Republic of Macedonia and in creating productive and sustainable jobs.

The new conception of the small enterprise as a carrier and engine of economic development is quite persuasive with its economic logic and reaffirms the small enterprise as a significant economic sector. The activities within the small enterprises are aimed at intensifying the results of the work by achieving a balance between objective possibilities and good working principles. The monitoring of the small enterprise, through the prism of its influence on economic growth and development, rejects the traditional view for small enterprises as security guards.

The SME sector is a driver of inclusive economic growth in Macedonia and the creation of sustainable jobs increasing productivity. It also does not agree with the notion that small enterprises are economically inefficient organisms.

With the third technological revolution in the countries with a developed market economy, the domination of the so-called. small economy, that is, the sector of small and medium enterprises. Today, small enterprises have a growing number of supporters who believe that small enterprises are carriers of innovation and entrepreneurship and are able to react quickly to changes in the environment. For years, the Republic of Macedonia has faced a high rate (29%, June 2013) of general unemployment, which remains a key challenge for stabilizing the economic and social development of the country. The subject of research in this paper is focused on conducting analysis of the active enterprises in the Republic of Macedonia by size, by sector and by number of employees, as well as analysis of the activity of the population and employment by sectors and by type of ownership of the enterprise in the period from 2013-2017.

Keywords: small enterprise, economy, employment, population activity.

**ВЛИЈАНИЕТО И УЛОГАТА НА МАЛИТЕ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈА ВРЗ
ВРАБОТНОСТА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

Снежана Брдарова

Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет Гоце Делчев – Штип, Република
Македонија marija.magdinceva@ugd.edu.mk

Марија Магдинчева-Шопова

Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет Гоце Делчев – Штип, Република
Македонија marija.magdinceva@ugd.edu.mk

Моника Марковска

Факултет за информатички и комуникациски технологии, Универзитет "Св.Климент Охридски" –

Битола, Република Македонија monika.markovska@fikt.edu.mk

Божидар Миленковски

Факултет за информатички и комуникациски технологии, Универзитет "Св.Климент Охридски" –
Битола, Република Македонија 20@uklo.edu.mk

Апстракт: Тековните состојби во глобалната и националната економија укажуваат на бројни проблеми со коишто се соочуваат правните ентитети од реалниот сектор, па како посебна област на интерес за научната јавност се наметнува потребата од обезбедување на услови за непречено одвивање на процесите на репродукција во претпријатието и остварување на позитивни резултати од работењето. Претпријатијата се двигатели на инклузивниот економски раст во Република Македонија и во создавањето на продуктивни и одржливи работни места.

Новата концепција за малото претпријатие како носител и мотор на стопанскиот развој е прилично уверлива со својата економска логика и го реafirмира малото претпријатие како значаен економски сектор. Активностите во рамките на малите претпријатија, се насочени кон интензивирање на резултатите од работењето со постигнување на рамнотежа меѓу објективните можности и добрите принципи на работењето. Набљудувањето на малото претпријатие, низ призмата на неговото влијание врз стопанскиот раст и развој, го отфрла традиционалното гледање за малите претпријатија како чувари на конкуренцијата. Секторот на мали и средни претпријатија претставува двигател на инклузивниот економски раст во Македонија и во создавањето на одржливи работни места и зголемување на продуктивноста. Тоа, исто така, не се сложува со сфаќањето дека малите претпријатија се економски неефикасни организми.

Со третата технолошка револуција во земјите со развиена пазарна економија започнува доминацијата на т.н. мало стопанство, односно секторот на мали и средни претпријатија. Денес, малите претпријатија имаат се поголем број приврзаници, кои сметаат дека малите претпријатија се носители на иновативноста и претприемништво и се способни брзо да реагираат на промените во окружувањето. Република Македонија со години наназад се соочува со висока стапка (29%, Јуни 2013) на општа невработеност која останува да биде клучен предизвик за стабилизирање на економскиот и социјалниот развој на земјата. Предметот на истражување во овој труд е фокусиран кон спроведување на анализа на активните претпријатија во Република Македонија по големина, по сектори и според бројот на вработените, како и анализа на активност на населението и вработеноста по сектори и по видот на сопственоста на претпријатието во периодот од 2013-2017 година.

Клучни зборови: мало претпријатие, стопанство, вработеност, активност на население

1. ВОВЕД

Тековните состојби во глобалната и националната економија укажуваат на бројни промени со коишто се соочуваат правните субекти од реалниот сектор, па како посебна област на интерес за економистите се наметнува потребата од обезбедување на услови за непречено одвивање на процесите на репродукција во претпријатието и остварување на позитивни резултати од работењето во рамки на националната економија. Претпријатијата претставуваат базични институции на пазарната економија. Процесот на создавање вредности во пазарната економија се остварува преку активност на голем број претпријатија.

Претпријатијата претставуваат најефикасен облик за обавување на стопански активности, па оттука сосема е разбирливо зошто најголемиот дел од новосоздадената вредност во националните економии се реализира преку работењето на претпријатијата. Деловните субјекти, како значајни носители на економската активност, всушност, се од пресудно значење за развојот на националната економија, а во македонското стопанство нивното основање и функционирање е регулирано со Законот за трговски друштва.²³ Скорешните настани поврзани со економската криза потврдија дека реалниот сектор односно сектор на мали и средни претпријатија се соочува со соодветни негативни влијанија во опкружувањето. Кризата укажа на ограничувањето на главните деловни политики, со што се дадоа јасни знаци за потребата од поголеми економски и финансиски реформи, нови пристапи кон стратегиите за развој и подобра рамнотежа меѓу вложувањата и резултатите од работењето. Како неминовност се наметна потребата од нови патеки за развој, како и реориентирање на работењето на претпријатијата кон посоодветни, поодржливи и поинклузивни стратегии, стратегии кои првенствено ќе ги мобилизираат внатрешните ресурси за раст. Голем број на претпријатија кои дејствуваат на подрачјето на Република Македонија се соочија со сериозни

²³ Закон за трговски друштва, Службен весник на Р.М. бр. 28/04.

проблеми во работењето, особено во реализацијата на своето производство на пазарот, што соодветно влијаеше и на состојбата од аспект на бројот на вработени во истите. Тоа ја наметна потребата од соодветна насоченост на менаџментот на претпријатијата кон интензивирање на резултатите од работењето и постигнување на рамнотежа меѓу објективните можности и добрите принципи на работењето. Анализата на малите претпријатија преку нивното влијание врз стопанскиот развој изразено преку реални показатели за вработувањето во овој сектор, ги отфрла традиционалните размислувања за тоа дека секторот на МСП во Република Македонија ја збогатува конкуренцијата помеѓу деловните субјекти.

2. ВИД НА МАЛИ И СРЕДНИ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Реалниот сектор на Република Македонија има несомнено значајна улога во националната економија. Неговиот позитивниот придонес првенствено се согледува во формирањето на бруто домашниот производ на Република Македонија. Растот на додадената вредност кај сите дејности од домашниот реален сектор е повеќе од евидентен во целиот набљудуван период. Ваквата појава има позитивно влијание и согласно тоа придонесува за позитивни промени на конкурентската способност на реалниот сектор на Република Македонија. Исто така, реалниот сектор на Република Македонија има позитивен придонес за движењата на пазарот на трудот, придонесувајќи за формирањето на расположливиот доход на населението преку растот на бројот на вработените и просечната месечна исплатена плата. Во современото стопанство постојат голем број различни претпријатија, кои меѓусебно се разликуваат по бројни обележја. Овие различни видови на претпријатија ја сочинуваат структурата на претпријатијата во една национална економија. Во Република Македонија малите и средни деловни субјекти, најчесто, се организирани во организационен облик како Друштво основано од едно лице односно во кратка форма-ДООЕЛ или Друштво со ограничена одговорност односно со скратен назив ДОО. За разлика од големите корпорации, каде што сопственичката структура е поделена во стотици, па дури и илјадници акционери, МСП се во сопственост и управувани од страна на една иста личност, и како резултат на тоа применетиот менаџерски стил има тенденција да биде од неформална природа.²⁴ Всушност, фирмата е истовремено е контролирана и управувана од истото лице што, всушност, е и еден од главните аспекти што ги води МСП кон успех или неуспех.²⁵

Според детерминирањето на малите и средни претпријатија треба да се каже дека карактеристични типа на МСП што се присутни во секоја стопанска структура се:

- ✓ традиционален тип на мали и средни претпријатија во коишто спаѓаат фирмите од областа на занаетството, трговијата, угостителството и градежништвото;
- ✓ субконтракторски тип на претпријатија што ги опфаќа фирмите поврзани во синџирот на производство, на пример, добавувачи на суровини, делови и други производи што се монтираат во рамките на големите компании и
- ✓ современ тип на претпријатија кои се високо инвентивни, а припаѓаат во областа на информатиката, комуникациите, електрониката

Поаѓајќи од фактот дека малите и средни претпријатија се хетерогена група на претпријатија не може да се определи единствен критериум односно единствена комбинација на критериуми преку кои ќе се определи поимното определување и дефинирање на малите претпријатија. Како основни позитивни карактеристики на малите и средни претпријатија се наведуваат:²⁶

- ✓ поголемата флексибилност и зголемен капацитет на реакција за прилагодување на промените на пазарот;
- ✓ брзо и навремено донесување на одлуки;
- ✓ едноставна и ниска хиерархиска структура;
- ✓ непосредна контрола;
- ✓ подобар пристап до информациите на пазарот
- ✓ можност за постојана иновација и воведување нови производи на пазарот, услуги или промоции без премногу ризик, што не е случај со големите компании кои имаат сложена организациска структура и широка производствена програма и
- ✓ зголемена способност за поправка на грешките.

Покрај позитивните карактеристики, организационата форма на МСП се поврзува со следните

²⁴ Beaver, G. "Strategy and management in the smaller enterprise", Strategic Change, Vol. 11 (4), p.175-181, 2002.

²⁵ Ghobadian, A., O'Regan, N. "The impact of ownership on small firm behaviour and performance", International Small Business Journal, Vol. 24 (6), p.555-586, 2006.

²⁶ Томаш Р., "Primijenjena mikroekonomija", Економски факултет- Бања Лука, 2010.

негативни карактеристи:

- ✓ недостиг на обртен капитал и тежок пристап до финансиски средства,
- ✓ недостиг на специјализација;
- ✓ недостиг на ефективен менаџмент;
- ✓ тешкотии при мобилизирањето на високостручни човечки ресурси;
- ✓ недиверзифицирано проектно портфолио и
- ✓ потежок пробив на меѓународен пазар.

Структурните пореметувања предизвикани со смалување на учеството на одредени видови претпријатија во стопанството битно влијаат врз неговата економска ефикасност и развој. Доколку се намали бројот на малите и средните претпријатија тоа негативно ќе влијае врз флексибилноста и адаптивилноста на националната економија. Исто така, при отсуство на големи претпријатија не може да се очекува позначаен развој. Оттука произлегува дека на секоја здрава економија и се потребни претпријатија со различна големина во сите сектори на економијата.

Поттикнувањето на развојот на малите и средни претпријатија во Р.Македонија е интегрален процес што се состои од две нивоа, и тоа:²⁷ макро ниво - коешто опфаќа стратескско ниво (политика, финансиска поддршка и друго) и институционално ниво и микро ниво - ниво на деловен субјект.

За стратескското ниво директно е одговорна Владата, што подразбира креирање економски политики и бизнис амбиент во насока на развој на претприемаштвото а за микро нивото менаџментот на претпријатието.

3. АНАЛИЗА НА ВРАБОТНОСТА СПОРЕД ВИД НА ПРЕТПРИЈАТИЕ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Структурата на претпријатијата во националната економија од аспект на нивната големина е од големо значење за нејзиното функционирање. Имајќи го предвид големото значење на дифернцирање на претпријатијата според големината, како и проблемот на избор на одделни индикатори, во практиката се користат различни индикатори за големина за претпријатија во различни сектори или комбинација на повеќе индикатори.

Класификацијата на деловните субјекти во Р. Македонија, според нивната големина, се врши во согласност со ревидираната дефиниција на Европската комисија од мај 2003 година, така што се земаат предвид следниве критериуми: бројот на вработени, обртот на средствата или билансната состојба.

Според големината на претпријатијата, на само 0,8% од вкупниот број субјекти од реалниот сектор кои доставиле завршни сметки во Централниот регистар се класифицирани како големи правни лица, додека малите и микро субјектите се далеку најбројни, заедно опфаќајќи 98,1% од правните лица. Од друга страна, во големите претпријатија (0.3%) се ангажирани 24.4% од вкупниот број на вработени, со остварени 34.5% од вкупната додадена вредност во рамките на деловниот сектор.²⁸ Во табела број1 прикажани се податоците за број на вработени во претпријатијата во приватна сопственост и број на вработени во претпријатија во друг вид сопственост(мешовита, задружна, државна, недефинирана), а во табела број 2 и табела број 3 даден е приказ на структурата на претпријатијата според сопственоста и економскиот статус изразено во %.

Табела број 1-Вработени според видот на сопственоста на деловниот субјект и економскиот статус, 2017

Економски статус	Вкупно	Сопственост на деловните субјекти	
		приватна	друга ¹⁾
Вкупно	740 648	570 764	169 884
Вработен	564 964	395 079	169 884
Работодавец	33 239	33 239	-
Вработен за сопствена сметка	95 475	95 475	-
Неплатен семеен работник	46 970	46 970	-

Извор:www.stat.gov.mk

²⁷ Види пошироко: група автори, “Малите претпријатија во развојот на стопанството на Република Македонија”, Економски институт - Скопје, 2002.

²⁸ www.stat.gov.mk

Табела број 2- Структура на претпријатијата според сопственоста во %

Вкупно	100.0	77.1	22.9
Вработен	100.0	69.9	30.1
Работодавец	100.0	100.0	-
Вработен за сопствена сметка	100.0	100.0	-
Неплатен семеен работник	100.0	100.0	-

Извор:www.stat.gov.mk

Табела број 3- Структура на претпријатијата според економскиот статус во %

Вкупно	100.0	100.0	100.0
Вработен	76.3	69.2	100.0
Работодавец	4.5	5.8	-
Вработен за сопствена сметка	12.9	16.7	-
Неплатен семеен работник	6.3	8.2	-

Извор:www.stat.gov.mk

Табела број 4 -Бројот на вработени и невработени во Р. Македонија во период 2013-2017 година

	Population	total	employed	unemployed	activity	employment rate	unemployment rate
2013	1,672,460	956,057	678,838	277,219	57.2	40.6	29.0
2014	1,673,494	958,998	690,188	268,810	57.3	41.2	28.0
2015	1,676,659	954,924	705,991	248,933	57.0	42.1	26.1
2016	1,678,890	948,599	723,550	225,049	56.5	43.1	23.7
2017 К-1	1,679,462	952,644	734,043	218,601	56.7	43.7	22.9
2017 К-2	1,679,525	955,699	739,892	215,807	56.9	44.1	22.6

Извор:www.stat.gov.mk

Од извршената анализа за трендот на вработеноста во Р.Македонија за период 2013-2017 година и прикажаните податоци во табела број 4 за број на вработени и невработени во Република Македонија во период 2013-2017 година, се констатира дека е забележлив тренд на постојан пораст на стапката на вработеност, која во 2013 година изнесувала 40.6%, за да во вториот квартал на 2017 година се искачи на 44.1% и е највисока стапка на вработеност во анализираниот период.

Од друга страна, стапката на невработеност бележи постојан пад за време на анализираниот период и истата во 2013 година била највисока и изнесувала 29%, а во вториот квартал од 2017 година достигна најниско ниво од 22.6%. Стапката на активност за време на целиот анализиран период се движи околу 57%.

4.ЗАКЛУЧОК

Секторот на мали и средни претпријатија претставува двигател на инклузивниот економски раст во Република Македонија во создавањето на одржливи работни места и зголемување на продуктивноста. Претпријатијата произведуваат за задоволување на потребите на аутсајдерите.²⁹ Позитивниот придонес се согледува во формирањето на бруто домашниот производ на Република Македонија и растот на додадената вредност кај сите дејности од домашниот реален сектор што се потврдува и преку податоците добиени од анализата за број на вработени лица во Република Македонија за период 2013-2017 година.

Од извршената анализа за состојбата од аспект на активните претпријатија во Република Македонија по големина, по сектори и според бројот на вработените, како и анализа на активните претпријатија и вработени лица по видот на сопственост за периодот од 2013-2017 година се констатира дека е забележлив

²⁹ D.Harold:" THE economics of the business firm:Seven criticl commentaries", Cambridge University Press, 1995

тренд на постојан пораст на стапката на вработеност, која во 2013 година изнесувала 40.6%, за да во вториот квартал на 2017 година се искачи на 44.1% и е највисока стапка на вработеност во анализираниот период. Во истиот период стапката на невработеност бележи постојан пад и истата во 2013 година била највисока и изнесувала 29%, а во вториот квартал од 2017 година достигна најниско ниво од 22.6%.

Главни причинители за ваквата состојба со намалувањето на невработеноста претставуваат активните политики на Владата на Република Македонија во анализираниот период, а тоа пред се е привлекувањето на странските инвестиции и отварањето на работни места, но секако и методолошкиот пристап на Државниот завод за статистика, кој што како вработени ги смета и лицата кои во извештајната недела работеле најмалку еден час, потоа бришењето од листата на невработени за корисниците на субвенции, кои согласно законските измени се обврзани да платат и придонеси. Воедно, дел од експртите го посочуваат и иселувањето на младите како една од причините за намалување на невработеноста во Република Македонија.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Adams, R., Bessant, J., Phelps, R. Innovation management measurement: A review, *International Journal of Management Reviews*, 8 (1), str. 21-47, 2005.
- [2] ¹Закон за трговски друштва, Службен весник на Р.М. бр. 28/04.
- [3] ¹ Beaver, G. "Strategy and management in the smaller enterprise", *Strategic Change*, Vol. 11 (4), p.175-181, 2002.
- [4] ¹ Ghobadian, A., O'Regan, N. "The impact of ownership on small firm behaviour and performance", *International Small Business Journal*, Vol. 24 (6), p .555-586, 2006.
- [5] Томаш Р., "Primijenjena mikroekonomija", Економски факултет- Бања Лука, 2010.
- [6] D.Narold:" THE economics of the business firm:Seven critial commentaries", Cambridge University Press, 1995
- [7] ¹ Види пошироко: група автори, "Малите претпријатија во развојот на стопанството на Република Македонија", Економски институт - Скопје, 2002.
www.stat.gov.mk

**EMPIRICAL ANALYSIS OF THE EFFECTS OF FDI ON THE ECONOMIC GROWTH:
CASE OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA**

Liza Alili SulejmaniFaculty of Economics and Administrative Sciences, International Balkan University,
liza.a.sulejmani@gmail.com

Abstract: the importance of FDI on the economic growth of a country is widely accepted fact among the scholars and policymakers, beside of the existing debate regarding the strength of its impact and the level of the development of a country.

In this regard, the main objective of this paper is to empirically determine the effects of FDI on the Macedonian economy, through the co-integration and VECM methodology. In addition, this study analyzes the impact of FDI in the short-run and long-run period in the Republic of Macedonia, utilizing quarterly time series data for the period 1998 – 2017. Moreover, time series are tested for unit root by employing the Augmented Dickey Fuller test, demonstrating that variables contain unit root in their level, while are stationary in their first difference.

Secondly, Granger causality test is used in order to investigate the causal relationship among FDI and real GDP growth rate in Republic of Macedonia for 1998q1-2017q2, by suggesting unidirectional causal relationship among these variables.

Last but not least, this study investigates the existence of significant relationship between FDI and economic growth in the context of the Macedonian economy, in both long – run and short – run time period.

Keywords: FDI, growth, VECM, co-integration.

1. INTRODUCTION

The evidence regarding the positive effects of FDI on the growth of the host country has attracted the attention of many policy makers and scholars so far. In this direction, developing countries have offered incentives in order to encourage foreign direct investments in their economies and Republic of Macedonia is not an exception.

However, recently there exist an ambiguous debate regarding the empirical results of the positive effects of FDI on host countries in macro and micro level. This is mainly to the mixed empirical findings represented so far while analyzing such nexus.

Further, various studies have examined the impact of FDI on developing economies, but FDI is mainly received by developed countries (Lucas, 1990; Gourinchas and Jeanne, 2013). If we review the macroeconomic analyses that account for groups of developed countries, we can see that there is often reported either a negative impact on growth (Carkovic and Levine 2005; Johnson 2006; Herzer 2012). However, By contrast, there exist papers that claim that in developing countries there exist a positive effect of FDI inflows (Olofsdotter 1998; Reisen and Soto 2001; Alfaro et al. 2004, Li and Liu 2005; Batten and Vo 2009). Yet, many scholars seem to agree that any positive effect of FDI on growth is largest among developed countries, since they have the absorptive capacity to benefit from the foreign investment.

The main aim of this paper is to empirically analyze the effects of FDI inflows in the economic growth of Republic of Macedonia for the time period 2000 – 2017, utilizing quarterly time series.

If we take a look at the economic reforms in Republic of Macedonia, we can see that even though they have been moving steadily forward, still there have existed several phenomena which affected negatively the economic growth of the country, such as corruption, lack of finance, political instability and an unclear regulatory environment, affecting also negatively the inflow of FDI and helping in the maintenance of high unemployment level. In addition, many reforms taken by the Macedonian government towards an open economy, with the focus on the privatization process, have considerably improved the economic performance of the country, resulting in considerably improved indicators and increasing trends, demonstrating periods of high economic growth.

However, several external shocks affecting the socio-economic activity while the transition period of the Republic of Macedonia. Although was evident the need for foreign direct investments, Republic of Macedonia is counted to be as one of the transition countries with lower levels of FDI compared to other transition economies. In addition, liberalization process of foreign trade noticed some important progress during 2001 with the signing of the Stabilization and Association Agreement with EU, second step was noticed during 2003 when the country accessed to the WTO, while the other important step was seen during 2006, when Republic of Macedonia joined the regional CEFTA.

After the independence of Republic of Macedonia, the inflows of foreign direct investments were in modest level. In addition, foreign investments were mainly noticed in the manufacturing and construction sectors, while the most recent inflows have been invested in the service sector.

In order to analyze the impact of the FDI inflows on the economic growth of Republic of Macedonia, this study is structured as follows: the second part reviews the relevant empirical literature dealing with the nexus of FDI and economic growth, third section covers the data and specification of the methodology, fourth section discusses the empirical findings while the last part employs the conclusions and recommendation of this nexus in Republic of Macedonia.

2. LITERATURE REVIEW

Although there is a plenty of empirical research made on the investigation of the link between FDI and economic growth both in developed and developing countries, yet due to the ambiguous debate and unreached consensus, the relationship between economic growth and FDI has attracted the attention of many scholars and policymakers recently. Moreover, evidence suggests that FDI can stimulate economic growth through different channels, discussed by authors such as Solow (1956), MacDougall (1960), Kemp (1961) and Diamond (1965). As Shehaj (2009) stated on her paper, empirical evidence was sought with regard to the effect of FDI on the economic growth of developing countries through its effect on the productivity levels (Stoneman, 1975), through the impact on the technological progress (Findlay, 1978) or via international trade, imports and exports (Balasubramanyam et al., 1996).

The main debate regarding the nexus of FDI and economic growth is basically to the two main views: studies which identify positive relationship among FDI and economic growth [De Mello, 1999; Chong, Baharumshah, 2010] and on the other side studies that demonstrate negative effects of FDI on economic growth [Moran, 1998] or no significant nexus among them [Ericson, 2001].

The impact analysis of foreign capital flows on the development of the beneficiary country underlines the role of the channels through which FDI exert a positive impact: exports, the extend of financial markets, development of human capital skills, technological and know-how transfer, raise in local enterprises productivity by incitement produced by foreign competition, ensuring a fair distribution of incomes (through tax payments, lower production prices, increased use of labor force) [Zait, 2003].

A positive connection between the two variables is obtained through the strong and worldwide extended financial markets channel [Alfaro, 2010; Durham, 2004; Hermes & Lensink, 2003; Chee & Nair, 2010], as an insufficient level of development of the markets and financial institutions prevent getting of a high level of economic growth [Abzari, Zarei, Esfahani, 2011].

The studies that identified a negative correlation as a result of the research are greatly reduced as number, but the most important are: Durham [2004], Lyroudi [2004], Carkovic & Levine [2005] and Lipsey [2006]. The unfavorable approach of the relation between FDI and the economic growth is surprised by Durham [2004] after researching a panel formed by 80 countries, member and non-member OECD in the period 1970 – 1980, but sustain the important role played by financial and institutional absorptive capacity. In the same view Kholdy [1995] applies Granger causality test on 10 economies from Eastern Asia. The negative relationship is also suggested by Lyroudi and Papanastasiou [2004] through the Bayesian analysis and Carkovic and Levine [2005] who got negative effects through taking into account a certain level of education, economic and commercial development in the beneficiary country, as “the exogenous part of FDI do not exert a positive and robust influence on economic growth” and “does not exist any empirical, trans-national and confident evidence to support the claim that FDI accelerates economic development”, while Lipsey and Sjöholm [2005] noted that “there is no universal relation between the ratio of FDI inflows in GDP and the national growth rate”.

There are a significant number of studies which identified a positive correlation between FDI and economic growth, both in developed and developing countries. The neoclassic theory situates the local market size at the basis of foreign capital entering and the microanalysis implemented by specialists [Alfaro, 2003; Vu, Noy, 2009; Marwah, Tavakoli, 2004] points out a strong connection in the manufacturing, primary and services sector. The positive correlation between FDI and the effects generated in the economy requires the insurance of a minimum level of human capital, economic and financial stability and a degree of markets liberalization [Blomstrom, 1996; UNCTAD, 1999; Sarkar, 2007]. Salman, Feng [2009] and Misztal [2010] mentioned the role of the foreign capitals in gaining an increased GDP rate through contribution to: human resources development, capital formation, raising the level of competitiveness on the local market.

3. RESEARCH METHODOLOGY

The effects of FDI on the economic growth of Republic of Macedonia are first analyzed by specification of the model estimated with the OLS method, given the static properties of the time series. It is further explored for the long-term relationship between the variables that use the Johansen co-integration test, as well as by performing an unlimited VECM model. In addition, a Granger causality test is carried out to determine the direction of causality between FDI and economic growth.

Quarterly data are used in empirical analysis, covering the period 1999Q1-2016Q3. The main sources of data are the National Bank (NBRM) and the State Statistical Office (SSO).

A summary statistical description of the variables used in the analysis are shown below in (Table 2).

Table 1. A summary of descriptive statistics of the used variables.

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
ln rGDP	71	11.34094	.1692452	11.01653	11.61263
ln FDI	71	3.771048	.8760208	1.145823	5.994669
ln Rexp	71	10.339	.3667483	9.643239	11.11963
ln Rimp	71	10.70128	.3453725	9.762604	11.30924

Source: author’s calculations.

- Specification of the econometric model

In order to analyze the effects on the economic growth of Republic of Macedonia, the following model has been determined:

$$\ln rGDP = \beta_1 \ln FDI + \beta_2 \ln Rexp + \beta_3 \ln Rimp + \varepsilon_1$$

Real GDP at constant prices is taken as a dependent variable, representing economic growth, while FDI, real exports and real imports are considered as independent variables in this model. Finally, this model allows us to examine the relative effects of FDI on economic growth in the Republic of Macedonia.

4. EMPIRICAL RESULTS

The analysis begins with the properties of the time series by applying ADF test for unit root. The results show that all series appear to have unit root at their level, thus they are not stationary at their level, but they become stationary in their first difference. The test results are summarized in the following table.

Table 2. Results of the Augmented Dickey Fuller test.

	Variable	Augmented Dickey Fuller	Comment
Level	lnrGDP	0.145 (-2.917)	H₀
	lnFDI	-2.338 (-2.917)	H₀
	lnRexp	-0.334 (-2.917)	H₀
	lnRimp	-0.129 (-2.917)	H₀
First difference	lnrGDP	-4.662 (-2.918)	H₁
	lnFDI	-4.919 (-2.918)	H₁
	lnRexp	-3.184 (-2.918)	H₁
	lnRimp	-5.009 (-2.918)	H₁
Notes: † numbers in brackets represent lag length in ADF test			

Source: author’s calculations

RESULTS OF VECM MODEL

Before applying the co-integration technique, it is necessary to find the length of the delay of the data from the time series. The length of the lag is found through the VECM technique using the the following three criteria: AIC, HQIC and SBIC. These criteria propose 4 lengths of delay in VECM as presented in the following table:

Table 3. The length of lags

Lag	AIC	HQIC	SBIC
0	-3.62307	-3.55796	-3.45854
1	-12.368	-5.82631	-5.22976*
2	-6.25211	-5.53596	-4.44228
3	-6.66024	-5.61857	-4.02777
4	-7.50129*	-6.1341*	-4.04618

Source: author's calculations.

The co-integration method is used to test the variables for a long-term relationship. The following table provides empirical support for a long-term relationship between the above variables, since the zero hypothesis for co-integration is not rejected. The λ trace test suggests that there is at least one co-integrating vector, which means that the variables are moving together in the long run and there is a long-term relationship between FDI and economic growth in the Republic of Macedonia.

Table 4. Johansen's co-integration test

Null hypothesis	Alternative hypothesis	λ - trace	95 % critical value
$r = 0$	$r > 0$	76.5436	68.52
$r \leq 1$	$r > 1$	43.8410*	47.21
$r \leq 2$	$r > 2$	20.7619	29.68

Source: author's calculations.

In the following table, the results of VECM are presented, in order to see the long-term relationship between FDI, and economic growth in the Republic of Macedonia for the last 17 years.

Table 5. VECM model results

Variables (co-integration vector 1)	β	α
ln Rgdp	1.000	0
ln FDI	-0.0044 (-0.375)	-10.282 (0.000)
ln Rexp	-0.0522 (-0.397)	0.4088 (0.024)
ln Rimp	0.0703 (0.265)	1.527 (0.000)

Source: author's calculations.

From the VECM results, it can be seen that since the sign of the coefficient is negative and statistically significant, it indicates that there is a long-term relationship between FDI and economic growth in the Republic of Macedonia for the time spin 2000q1 – 2016q4. Furthermore, FDIs do not have a statistically significant impact on the economic growth in the Republic of Macedonia. On the other hand, real exports have a positive and statistically significant impact on economic growth, while real imports have no statistically significant impact on economic growth.

THE GRANGER CAUSALITY TEST

The Granger causality test is used to test the direction of causality between the variables included in this model. We regress GDP by its own lagging values and FDI by creating zero-hypothesis tests, while the results are shown in the following table (Table 6).

Table 6: The results of Granger Causality test

		Dependent variables (equation)		
		ln rGDP	ln open	ln FDI
Independent variables (lags)	ln rGDP		23.87 (0.000)	4.613 (0.329)
	ln FDI	14.509 (0.006)	15.605 (0.004)	

Source: author’s calculations.

According to the results of the Granger causality test, FDI causes GDP in the Republic of Macedonia, thus there exist a unidirectional causality between FDI and economic growth.

5. CONCLUSION

The purpose of this study is to empirically analyze the effects of FDI on the economic growth of the Republic of Macedonia. This study uses quarterly data for the time period 2000Q1-2016Q4, using the VECM methodology and Granger causality test.

The results of the stationarity test or Unit root test, relying on the Augmented Dickey Fuller test, indicate that the time series are not stationary at their level, that is, they contain unit root, but become stationary in the first difference. The result of Johansen's co-integration test indicates that there is one co-integrated vector indicating the existence of a long-term relationship between the variables in this model. From the results of VECM, it can be seen that since the sign of the coefficient is negative and statistically significant, it indicates that there is a long-term relationship between FDI and economic growth of the Republic of Macedonia for the time spin 2000q1 – 2016q4. Furthermore, FDIs do not have a statistically significant impact on the economic growth in the Republic of Macedonia. On the other hand, real exports have a positive and statistically significant impact on economic growth, while real imports have no statistically significant impact on economic growth.

In addition, the results of the VECM model analysis does not support the hypothesis that there is a positive and significant relationship between FDI and economic growth in Macedonia. In addition, there is a significant link between exports and economic growth, while there is no significant link between imports and economic growth in the Republic of Macedonia.

According to the results of the Granger's causality test, there exist unidirectional causality between FDI and economic growth, running from FDI to economic growth, thus FDI triggers economic growth in the case of the Republic of Macedonia.

LITERATURE REVIEW

- [1] Aitken, B. J. & Harrison, A. E. (1999): Do Domestic Firms Benefit from Foreign Direct Investment? Evidence from Venezuela. *The American Economic Review*, Vol. No. 1.
- [2] Alfaro, L. (2003): Foreign Direct Investment and Growth: Does the Sector Matter? A Paper Published By Harvard Business School, Morgan 263, Boston, MA 02163.
- [3] Balassa, B. (1985). Exports, policy choices, and economic growth in developing countries after the 1973 oil shock. *Journal of Development Economics* 18(1) , 23-35.
- [4] Balasubramanyam, V., Salisu, M. & Sapsford, D. (1996): FDI and Growth in EP and IS Countries. *The Economic Journal*, Vol. 106, No. 434.
- [5] Carkovic, M. and R. Levine, 2002. “Does Foreign Direct Investment Accelerate Economic Growth?” University of Minnesota, Working Paper.
- [6] Chen, C., Chang, L. & Zhang, Y. (1995): The Role of Foreign Direct Investment in China’s Post 1978 Economic Development. *World Development*, Vol. 23, No. 1.
- [7] Levine, R., N. Loayza, and T. Beck, 2000. “Financial Intermediation and Growth: Causality and Causes,” *Journal of Monetary Economics* 46, 31-77.

- [8] Otto, G. & Ukpere, W. I. (2014): Foreign Direct Investments and Economic Development and Growth in Nigeria. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 5, No. 2.
- [9] Pelinescu, E. & Dulescu, M. (2009): The impact of foreign direct investment on the economic growth and countries' export potential. *Romanian Journal of Economic Forecasting*, Vol. 4, No. 1.
- [10] Selimi, N., L.Sadiku and M. Sadiku. (2014). "Empirical Analysis on the Impact of the Global Financial Crisis in Macroeconomics Indicators of the Republic of Macedonia". 13-th Annual Research Conference on Advancement in Business, Science and Technology, (p. Book of Proceedings). Istanbul, Turkey.
- [11] Shehaj, Esmeralda, FDI and Economic Growth in Macedonia: An Empirical Investigation (January 31, 2012). <https://ssrn.com/abstract=2144797>
- [12] Titarenko, D. (2006): The influence of foreign direct investment on domestic investment processes in Latvia. *Transport and Telecommunication*, Vol. 7, No. 1.
- [13] Tsen, W. (2006). Granger causality test among openness to international trade, human capital accumulation and economic growth in China: 1952-1999. . *International Economic Journal* 20(3) , 285-302.
- [14] Uwubanmwun, A. E. & Ogiemudia, O. A. (2016): Foreign Direct Investment and Economic Growth: Evidence from Nigeria. *International Journal of Business and Social Sciences*, Vol. 7, No. 3.
- [15] Wang, J. & Blomstrom, M. (1992): Foreign Direct Investment and Technology Transfer: A Simple Model. *European Economic Review* 36, No. 1.

FDI AS A SOURCE OF DEVELOPMENT CAPITAL

Jovica Palashevski

Republic of Macedonia, jovicapalas@yahoo.com

Abstract: An important part of the international capital movement is in a different form known as foreign direct investment. This term refers to international capital flows in which a company of a country creates or extends its representation in another country. Foreign direct investment is a direct investment in production or business in a country by a company from another country, by purchasing a company in a given country or by extending the operations of a permanent business in that country. Foreign direct investment has many forms. Widely viewed FDI include acquisitions and acquisitions, building new facilities, reinvestment of profits earned in external operations and internal corporate loans. The investment is direct because the investor, company or group of investors requires control, management or significant influence over a foreign company. FDI is the largest source of external financing, and accordingly, it appears that countries with limited capital typically have an influx of finance from rich countries. According to the World Bank, FDI and the development of small business types are two crucial elements necessary for developing the private sector in underdeveloped countries, as well as reducing the economic gap.

Keywords: FDI, globalization, international capital flow

СДИ КАКО ИЗВОР НА РАЗВОЕН КАПИТАЛ**Јовица Палашевски**

Република Македонија, jovicapalas@yahoo.com

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

Клучни зборови: СДИ, глобализација, меѓународно движење на капиталот

1. ВОВЕД

Важноста на СДИ е поголема од самиот финансискиот капитал кој доаѓа во земјата. СДИ можат да бидат алатка што носи знаење, менаџерски вештини, дизајн на производот, квалитет, бренд, меѓународен маркетинг и интеграција во глобалните производствени ланци кои претставуваат основа за успешна извозна стратегија. Од СДИ може да имаат корист и домашната индустрија и потрошувачите преку создавање на можности за технолошки трансфер и надградување, достапност на глобални менаџерски вештини и практики, оптимална искористеност на човечкиот капитал и природните богатства, создавајќи меѓународно конкурентна индустрија, отворање на пазари за извоз, достапност до квалитетни производи и услуги и нови можности за вработување. Поради сите овие причини, СДИ претставуваат движечка сила за економски развој особено во земјите во развој³⁰.

³⁰Borensztein, Eduardo, Jose De Gregorio and Jong-Wha Lee (1998), "How Does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth?" *Journal of International Economics*, Vol.45

2. ТЕОРЕТСКИ И ЕМПИРИСКИ СОГЛЕДУВАЊА НА СДИ

Теоретски гледано, од страна на СДИ се очекува да придонесат за голем директен или индиректен раст за земјите во развој и особено за земјите со ниски приходи. Директниот раст доаѓа од неокласичните аргументи кои сугерираат дека СДИ би требало да се движат од земјите богати со капитал кон земјите што имаат потреба од капитал (посиромашни економии), со цел да се остварат релативно повисоки стапки на заработка од инвестициите. Меѓутоа, парадоксот е во тоа што волуменот на проток на СДИ до земјите во развој е многу помал отколку што предвидува неокласичниот модел на раст³¹. Индиректниот раст што се постигнува со СДИ, се однесува на добивките од производството во земјите што се приматели преку трансфер на технологија (адаптирање на нови производни методи), здобивање на нови вештини (едукација и тренинг на работната сила), конкуренција (ефикасно користење на ресурсите од страна на домашните компании) и извозот (проширување на можностите за извоз на домашните компании)³².

Емпириските докази кои прикажуваат раст предизвикан од СДИ, базирани на различни статистики во различни земји, во голема мера се неубедливи, односно без заклучок. Додека некои студии заклучиле дека е постигнат раст кој се поврзува со СДИ, други се стремат да докажат дека нема ефекти или ефектите се многу мали благодарение на традиционалните канали како што е акумулирање на капитал од земјите во развој³³. Разликите во покривањето на земјите, емпириските методологии, временските периоди опфатени со различни анализи, се вбројуваат како недостиг на единство во емпириската литература³⁴. Емпириските истражувања, кои се состојат од „понијансирани“ методи, особено кога се водат од правилото на постоење на различни првични услови, се многу поуспешни во претставувањето на поврзаноста помеѓу СДИ и растот³⁵. Постојат одредени прагови на финансиски и институционален развој кои економијата мора да ги достигне пред да ги почувствува погодностите на финансиските приливи, вклучително и СДИ³⁶. Бројни студии утврдиле дека капацитетот на земјата за да ја искористи предноста од СДИ зависи од повеќе фактори: степенот на развој на финансискиот сектор, квалитетот на институциите, секторски состав на влезот на СДИ, отвореност во трговијата, човечки капитал, инфраструктура и стабилна макроекономска политика.

На глобално ниво, странските директни инвестиции достигнаа 1,5 трилиони долари во 2011 година, но сепак за 23% помалку од периодот пред кризата. Ова е спротивно на глобалниот индустриски излез (аутпут) и трговија кои се вратија на нивото од пред кризата. УНКТАД проценува слаб раст на глобално ниво на СДИ, предвидувајќи дека во 2012 година би достигнале 1,6 трилиони долари, додека во 2013 година ќе се искачат на 1,8 трилиони долари за во 2014 година да достигнат 1,9 трилиони долари. Остварувањето на ова позитивно сценарио зависи од неочекувани глобално економски шокови кои можат да произлезат од бројни ризични фактори кои се сèуште во игра.³⁷

Во развиените земји забележан е пораст за 21%, односно прилив од 748 билиони долари, додека во земјите во развој забележан е раст од 11% односно достигнат е рекорд од 684 билиони долари. Што се однесува до економиите во транзиција забележан е раст од 25%, односно 92 билиони долари³⁸. Некои од најсиромашните региони, трета година по ред забележуваат намалување на приливот на СДИ. Приливот на СДИ беше намален во Африка, односно во неразвиените земји, земјите во развој и без излез на море, малите островски земји, како и земјите од Јужна Азија, за разлика од силниот раст на СДИ во Источна и Југоисточна Азија и Јужна Америка.

³¹Lucas, R.(1990), "Why Doesn't Capital Flow from Rich to Poor Countries", *American Economic Review*, Vol. 80, p. 92-96.

³²Morgan, T., Edward G., and Magnus B. (2005), Does Foreign Direct Investment Promote Development?, *Washington Institute for International Economics*, Washington DC

³³Kose, A., Eswar P., Kenneth R., and Shang-Jin W. (2009), "Financial Globalization: A Reappraisal, Staff Papers", *International Monetary Fund*, Vol. 56

³⁴Carkovic M. and Ross L. (2002), "Does Foreign Direct Investment Accelerate Economic Growth?", *University of Minnesota Department of Finance Working Paper*

³⁵Haskel, J., Sonia P. and Matthew S. (2007), "Does Inward Foreign Direct Investment Boost the Productivity of Domestic Firms?", *The Review of Economics and Statistics*, Vol.89

³⁶Kose, A., Eswar P., Kenneth R., and Shang-Jin W. (2009), "Financial Globalization: A Reappraisal, Staff Papers", *International Monetary Fund*, Vol. 56

³⁷"Global Investment Trends" – *UNCTAD World Investment Report 2012*

³⁸Ibid.

Меѓународното производство се проширува, надворешната продажба расте, вработувањето и вредноста на транснационалните корпорации се зголемува. Во 2011 година се проценува дека во транснационалните корпорации се вработени околу 69 милиони работници, а забележано е повторно зголемување на капиталот на ТНК кој достигна до 28 трилиони долари во продажба и 7 трилиони во додадена вредност, односно зголемување за 9% во однос на 2010 година. Филијалите на транснационалните компании акумулираа повеќе од една десетина од глобалниот БДП и една третина од светскиот извоз³⁹.

Државните транснационални компании претставуваат важен извор на СДИ. Постојат околу 650 државни транснационални компании со околу 8500 филијали низ светот. Додека тие претставуваат помалку од 1% од вкупниот број на транснационални компании во светот, нивните инвестиции изнесуваат 11% од глобалните СДИ во 2010 година. Сопственоста на државните транснационални компании предизвика загрижувачки моменти во некои држави во однос на националната безбедност⁴⁰.

3. ДЕФИНИРАЊЕ НА СДИ

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

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

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

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

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

Се чини дека денес не изгубил од актуелност заклучокот на Чарлс Киндлебергер (Charles Kindleberger), еден од најеминентните автори во традиционалната меѓународна економија, според кој прашањето за суштината на странските директни инвестиции не е зошто капиталот би се преселил во друга земја, туку „зошто определена актива (или производствена единица) би вредела повеќе ако е странска, а не домашна контрола“. Имено, не секогаш се потребни меѓународни приливи на капитал за да се реализира странската директна инвестиција. Можно е веќе присутната мултинационална компанија да позајми на домашниот пазар и на тој начин да ја превземе контролата на некоја домашна фирма. Оттаму, како концепциски најсимплифицирана и воедно најтесна дефиниција ја издвојуваме онаа што ја потенцира важноста на контролата според која „СДИ се проширување на корпоративната контрола преку националните граници“.

³⁹Ibid.

⁴⁰“Global Investment Trends” – UNCTAD World Investment Report 2011

ЗАКЛУЧОК

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

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

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Borensztein, Eduardo, Jose De Gregorio and Jong-Wha Lee, "How Does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth?" *Journal of International Economics*, Vol.45, 1998.
- [2] Carkovic M. and Ross L. (2002), "Does Foreign Direct Investment Accelerate Economic Growth?", *University of Minnesota Department of Finance Working Paper*, 2002.
- [3] "Global Investment Trends" – *UNCTAD World Investment Report 2012*.
- [4] Haskel, J., Sonia P. and Matthew S., "Does Inward Foreign Direct Investment Boost the Productivity of Domestic Firms?", *The Review of Economics and Statistics*, Vol.89, 2007.
- [5] Kose, A., Eswar P., Kenneth R., and Shang-Jin W., "Financial Globalization: A Reappraisal, Staff Papers", *International Monetary Fund*, Vol. 56, 2009.
- [6] Lucas, R., "Why Doesn't Capital Flow from Rich to Poor Countries", *American Economic Review*, Vol. 80, p. 92-96.1990.
- [7] Morgan, T., Edward G., and Magnus B., Does Foreign Direct Investment Promote Development?, *Washington Institute for International Economics*, Washington DC, 2005.

APPROACH TO THE ANALYSIS OF THE ENTERPRISE'S CAPITAL STRUCTURE

Rositsa Ivanova

UNWE – Sofia, Republic of Bulgaria Rosi_Ivanova@abv.bg

Abstract: The capital of an enterprise is defined as a common value expression of funds invested in the specific property forms. In its nature, the capital is the passive manifestation of value. It is the source of funding of the enterprise's property. The property itself is the active manifestation of value. The capital and the property of the enterprise are two different interrelated expressions of the value.

The question of enterprise's capital structure is topical at all stages of the development of such enterprise.

Knowledge about the capital structure and its analysis are useful for the business practice to different extent.

The information with regard to the capital structure is useful for the financial management, for the enterprise's management in general, for the governance of its business in operative and strategic aspect. We should note that the ratios between own funds and borrowing sources as well as the duration of capital participation in the business turnover of the enterprise form both the amounts of different groups and types of assets as well as the property structure of the enterprise.

Owners and potential capital investors are to certain extent interested in the information about the enterprise's financial performance for several subsequent periods as well as about the return of the funds they have invested in its business.

Suppliers, creditors, governmental institutions and other external stakeholders need information about the financial performance, the financial position, the liquidity and the solvency of the enterprise.

Enterprise's capital structure is in the foundation of the above matters and of a number of other important matters in the business practice. Such structure is defined by means of the relative shares of different types of specific elements of the capital in the aggregate capital invested by the enterprise.

This publication studies the indicators for analysis of the capital structure, and its subject matter is the methodology for analysis of the enterprise's capital structure.

The methods of scientific knowledge are applied for the analysis and evaluation of the enterprise's capital structure. On this basis, the methodology for analysis of the enterprise's capital structure is defined as a system of subsequently implemented stages that comprise analysis of the general structure of the capital, analysis of the structure of equity, and analysis of the structure of borrowings. Thus, we achieve the objective of the publication to determine a methodology for analysis and evaluation of the enterprise's capital structure that is theoretically justified, applicable and useful for the business practice.

Keywords: capital, capital structure, knowledge, analysis, methodology.

ПОДХОД ЗА АНАЛИЗ НА КАПИТАЛОВАТА СТРУКТУРА НА ПРЕДПРИЯТИЕТО**Росица Иванова**

УНСС - София, Република България Rosi_Ivanova@abv.bg

Резюме: Капиталът на отделното предприятие се определя като общ стойностен израз на вложените в конкретни имуществени форми средства. По същество капиталът представлява пасивното проявление на стойността. Той е източник за финансиране на имуществото на предприятието. Самото имущество представлява активното проявление на стойността. Капиталът и имуществото на предприятието са два различни израза на стойността, които са взаимосвързани помежду си.

Въпросът за капиталовата структура на предприятието е актуален на всички фази и етапи от развитието на предприятието.

Знанията за капиталовата структура и методиката за нейния анализ са с определена степен на полезност за стопанската практика.

Информацията за капиталовата структура е полезна за финансовия мениджмънт, изобщо за мениджмънта на предприятието, за управлението на неговия бизнес в оперативен и стратегически аспект. Следва да се отбележи, че от съотношенията между собствените и привлечени капиталови източници, също така и от продължителността на участие на капитала в стопанския оборот на предприятието се формират както

стойностните размери на отделните групи и видове активи, така и имуществената структура на предприятието.

Собствениците и потенциалните инвеститори на капитал имат определен интерес от информация както за финансовите резултати на предприятието за няколко последователни отчетни периоди, така и за възвръщаемостта на вложените от тях средства, инвестирани в неговата дейност.

Доставчиците, кредиторите, държавните институции и др. външни субекти имат потребност от информация за финансовите резултати, финансовото състояние, ликвидността и платежеспособността на предприятието.

В основата на посочените, както и на редица други важни въпроси в стопанската практика, се намира капиталовата структура на предприятието. Тази структура се дефинира посредством относителните дялове на отделните групи и конкретни елементи от състава на капитала в общия стойностен размер на целия капитал, инвестиран от предприятието.

Обект на изследването са показателите за анализ на капиталовата структура, а предмет – методиката за анализ на капиталовата структура на предприятието.

За анализ и оценка на капиталовата структура на предприятието се прилагат методите на научното познание. На тази основа методиката за анализ на капиталовата структура на предприятието се определя като система от последователно осъществявани етапи, включващи анализ на общата структура на капитала, анализ на структурата на собствения капитал и анализ на структурата на привлечения капитал. По този начин се постига поставената в доклада цел за достигането до теоретично обосноваана, приложима и полезна за стопанската практика методика за анализ и оценка на капиталовата структура на предприятието.

Ключови думи: капитал, капиталова структура, знания, анализ, методика

I. ВЪВЕДЕНИЕ

Въпросът за същността на капиталовата структура на предприятието се разглежда обстойно в научната литература в областта на финансите и бизнес анализа.

Същността на капиталовата структура на предприятието се изяснява от различни гледни точки.

Най-общо тя се разглежда в тесен и в широк смисъл. В тесен смисъл, капиталовата структура се формира от собствения капитал и дългосрочния дълг, използвани за финансиране на дългосрочните инвестиции (бел.а. - постоянният капитал), а в широк смисъл – от всички източници на финансиране на дейността – собствен капитал, дългосрочни и краткосрочни пасиви. [3, с.329]

Според някои автори могат да се разграничат финансова и капиталова структура на предприятието. [12, с.93] С важно значение за анализа на капиталовата структура е разграничаването на капитала на предприятието на основен и оборотен [13, с.14], така също и на постоянен и променлив. [13, с.17] Според други автори в зависимост от доминирането на собствените или привлечените капитали капиталовата структура може да бъде позитивна или негативна. [2, с.8]

Различните мнения и становища за същността на капиталовата структура на предприятието се представят на схема 1.

Прегледът на различните становища за капиталовата структура на предприятието позволява да представим нашето виждане по този важен за теорията на бизнес анализа въпрос.

Според нас, капиталовата структура на предприятието се характеризира посредством съотношенията между различните елементи на капитала на предприятието – както между собствения и привлечения капитал, така и между отделните елементи от състава на собствения и на привлечения капитал.

II. ПОКАЗАТЕЛИ ЗА АНАЛИЗ НА КАПИТАЛОВАТА СТРУКТУРА

По наше виждане, структурата на капитала на предприятието може да се анализира посредством три групи показатели:

- 1) Показатели за анализ и оценка на общата структура на капитала.
- 2) Показатели, характеризиращи структурата на собствения капитал.
- 3) Показатели, описващи структурата на привлечения капитал.

1. Показатели за анализ и оценка на общата структура на капитала

Общата структура на капитала на предприятието се анализира и оценява посредством следните показатели:

- 1) Коефициент на автономност (независимост) на предприятието.
- 2) Коефициент на привлечения капитал (финансова зависимост).
- 3) Коефициент на финансова автономност.
- 4) Коефициент на задлъжнялост.
- 5) Постоянен капитал.

б) Коефициент на постоянния капитал.

Коефициентът на автономност се определя като отношение на собствения капитал към целия капитал на предприятието. Характеризира величината на собствения капитал, съответстваща на един лев от целия инвестиран капитал в дейността на предприятието. При стойности на коефициента на автономност равни или по-големи от 0,50 лв., предприятието може със собствени средства да покрива целия привлечен капитал. Коефициентът на привлечения капитал се определя от отношението на привлечения към целия капитал на предприятието. Показва величината на привлечения капитал, съответстваща на един лев от целия инвестиран капитал.

Схема 1. Становища за същността на капиталовата структура

Автори	Становище
I. В тесен и широк смисъл	
1. В тесен смисъл	
1.1. Д.Динев, Д.Ненков	Капиталовата структура включва източниците за дългосрочно финансиране, взети с техните относителни тегла. [6]
1.2. В.Адамов	“капиталовата структура на едно предприятие се състои основно от нейните финансови капитали” ... “дългосрочни капитали, мобилизирани чрез емисия и продажба на обикновени акции, привилегирани акции и облигации”. [1, с.380]
2. В широк смисъл	
2.1. М.Тимчев	“показателят, характеризиращ общата структура на капитала, по същество представлява своеобразен тотален коефициент на покритие на дълга.” [14, с.213]
2.2. М.Михайлов	“изразява съотношението между капиталите и се характеризира чрез система от показатели, в които неизменно участва величината на собствения капитал.” [10, с.286]
2.3. Т.Ненов	“съотношението между собствения и привлечения капитал под формата на дългосрочни и краткосрочни пасиви ... формира капиталовата структура” [11, с.312] на предприятието.
2.4. Д.Дончев	“структурата на капитала се характеризира с относителния дял на отделните компоненти” [7, с.54], като капиталът се образува както за сметка на собствени (вътрешни), така и за сметка на външни (заемни) източници.
2.5. В.Касърова	“съотношение между собствените и заемни средства, използвани за дейността” [9] на предприятието.
2.6. Р.Иванова	“структурата на капитала изразява съотношението както между собствения и привлечения капитал, така и съотношенията между съставните компоненти на тези два вида капитал, използвани за финансиране на дейността на предприятието.” [8, с.48-61]
2.7. Т.Григориева	Капиталовата структура е съотношение между собствените и заемните средства на основата на информация от финансовата отчетност на предприятието. [4, с.124]
II. Финансова и капиталова структура	
1. Финансова структура	
1.1. К.Пергелов	“съотношението, в което следва да се намират тези два източника”, [12, с.93] а именно собствения и привлечения капитал. “за да функционира успешно предприятието и да бъде висока неговата финансова независимост и стабилност, трябва да се оптимизира съотношението: собствен-привлечен капитал.” [12, с.94]
2. Капиталова структура	
2.1. К.Пергелов	“освен общата финансова структура, е необходимо да се определят

	и вътрешните структури на собствения и привлечения капитал”, [12, с.97] като от съществено значение за успешното осъществяване на дейността на предприятието е “съотношението между постоянния и оборотния капитал, между дългосрочно и краткосрочно привлечените средства, образуващи съдържанието на т.нар. капиталова структура на предприятието”. [12, с.97-98]
III. Основен и оборотен капитал	
1. А.Смит	Разграничава капитала на основен и оборотен
IV. Постоянен и променлив капитал	
1. К.Маркс	“Постоянният капитал не създава нова стойност, тъй като той е въплътен в средствата за производство, които само пренасят стойността си в готовия продукт. Променливият капитал е предназначен и се изразходва за покупката на работната сила”, именно при използването на която се създава нова стойност. [13, с.17]
V. Позитивна и негативна капиталова структура	
1. В.Адамов	“Позитивната и негативната финансови структури са еднакво важни. Големият въпрос тук е свързан с т.нар. съчетаване на собствените и заемните капитали и търсенето на оптималния вариант”. [2]

Коефициентът на финансова автономност е разновидност на коефициента на автономност. Определя се като отношение на собствения към привлечения капитал. Коефициентът на задлъжнялост на предприятието се определя от отношението на привлечения към собствения капитал.

Постоянният капитал изразява постоянно функциониращите средства в дейността на предприятието. Стойностният му размер представлява сума от размерите на собствения капитал и на дългосрочните пасиви на предприятието. Коефициентът на постоянния капитал се определя като съотношение между размерите на постоянния капитал и на целия капитал, инвестиран в дейността на предприятието.

2. Показатели за анализ и оценка на структурата на собствения капитал

Структурата на собствения капитал на предприятието се анализира от две гледни точки. От една страна, по данни от счетоводния баланс на предприятието, могат да се определят и оценяват относителните дялове на отделните елементи от състава на собствения капитал (основен капитал, резервен капитал, финансов резултат) в неговия общ размер. От друга страна, могат да се анализират и оценяват елементите на собствения капитал според продължителността на тяхното участие в стопанския оборот на предприятието. От тази гледна точка собственият капитал се разграничава на собствен основен и на собствен оборотен капитал.

Собственият основен капитал характеризира частта от собствените средства на предприятието, която се използва за формиране на неговите дълготрайни активи. Размерът на собствения основен капитал се определя от разликата между дълготрайните активи и дългосрочните задължения на предприятието.

Собственият оборотен капитал характеризира частта от собствените средства на предприятието, която се използва за формиране на неговите краткотрайни активи.

Най-общо размерът на собствения оборотен капитал може да се определи като разлика между собствения капитал и собствения основен капитал.

Размерът на нетния оборотен капитал се определя като разлика между краткотрайните активи и краткосрочните задължения на предприятието. Може да се определи и като разлика между постоянния капитал и дълготрайните активи. Нетният оборотен капитал на предприятието може да бъде собствен и привлечен (дългосрочни привлечени източници). Част от нетния оборотен капитал е собствена при положение, че собственият капитал е по-голям от дълготрайните активи на предприятието. В този случай част от собствения капитал е инвестирана в краткотрайни активи.

Предприятието следва да разполага с достатъчен по размер и с определена степен на сигурност нетен оборотен капитал. Поради това е необходимо нетният оборотен капитал да бъде положителна величина.

Това означава, че част от краткотрайните активи се финансират със собствен капитал, който се счита за безсрочно вложен, както и с дългосрочни източници. По този начин се създава сигурност за бизнеса, в резултат на което значително намалява риска от възникването на ликвидна криза за предприятието. Отрицателната величина на нетния оборотен капитал е показател за наличие на риск при погасяване на краткосрочните задължения, породен от необходимостта от трансформиране на дълготрайни активи в пари. Това обаче в реалния бизнес не винаги е възможно, а ако е възможно, то обикновено се осъществява при неизгодни условия и води до търговска несъстоятелност на предприятието.

Важен показател, характеризиращ финансовата независимост на предприятието, е коефициентът на финансиране на дълготрайните активи. Определя се като отношение на постоянния капитал към дълготрайните активи на предприятието. При положение, че стойността на коефициента е по-голяма от единица, то това означава, че предприятието разполага с нетен оборотен капитал.

Коефициентът на финансиране на краткотрайните активи се определя като отношение на нетния оборотен капитал към размера на краткотрайните активи. Характеризира способността на предприятието да финансира краткотрайните си активи със собствени капиталови източници (нетен оборотен капитал) и евентуално дългосрочно привлечени източници.

Размерът на привлечения оборотен капитал се определя като разлика между нетният оборотен капитал и собствения оборотен капитал.

Брутният оборотен капитал, равен на сумата от нетния оборотен капитал и краткосрочните пасиви, представлява по същество краткотрайните активи на предприятието.

С важно значение за стопанската практика е т.нар. златно правило за финансиране на бизнеса, което се свежда до следното: ако предприятието използва всички дългосрочни задължения като източник за формиране на дълготрайните си активи [5, с.110], то нетният оборотен капитал по същество изразява неговите собствени оборотни средства (собствения оборотен капитал). [15, с.246] Знанията за начина на финансиране на активите и изобщо на бизнеса са обективна предпоставка за предпазване на предприятието от ликвидна криза, за повишаване на неговата финансова стабилност и за минимизиране на риска от търговска несъстоятелност и фалит.

Показател за анализ и оценка на структурата на собствения капитал е коефициентът на финансова маневреност, изразяващ относителния дял на собствения оборотен капитал в собствения капитал на предприятието.

3. Показатели за анализ и оценка на структурата на привлечения капитал (пасивите)

С важно значение за степента на ликвидност, платежоспособността и финансовото напрежение по време на дейността на предприятието е съотношението между краткосрочните и дългосрочните пасиви. По-големият относителен дял на краткосрочните задължения в общия размер на привлечения капитал се свързва с формирането на финансово напрежение при тяхното погасяване. Това се дължи на близките срокове на погасяване на тези задължения - обстоятелство, което твърде често се случва в стопанската практика. В това отношение важна задача на бизнес анализа е да установи периода на плащане на задълженията на предприятието към доставчиците.

Съобразно потребностите от информация за мениджмънта на предприятието и поставените при анализа цели и задачи изследването може да се задълбочи към изучаване на краткосрочните задължения с изтекъл или изтичащ срок на погасяване и възможните обстоятелства за тяхното трансформиране в просрочени задължения. Увеличението на относителния дял на просрочените задължения оказва негативно влияние върху степента на финансово напрежение както в краткосрочен, така и в дългосрочен аспект. Поддържането на добра степен на финансово напрежение е предпоставка за дългосрочна ликвидност на предприятието и за минимизиране степента на дългосрочен ликвиден риск.

С важно значение за стопанската практика във връзка с ликвидността и платежоспособността на предприятията е перманентното съпоставяне на сроковете на събиране на вземанията от клиентите и сроковете за погасяване на задълженията към доставчиците. Постигането на балансираност във времето на тези срокове е важна мярка за недопускане на кризи с ликвидността и платежоспособността на предприятията както в оперативен, така и в стратегически аспект.

III. МЕТОДИКА ЗА АНАЛИЗ НА КАПИТАЛОВАТА СТРУКТУРА НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

Методиката за анализ и оценка на капиталовата структура се апробира по данни от дейността на промишленото предприятие „Мир“ ООД. В таблица 1 се представят изходните данни, необходими за анализа, както и стойностите на показателите за анализ на капиталовата структура на предприятието.

По данните в таблицата могат да се направят следните изводи:

- 1) И за двете години капиталовата структура на предприятието е средна, тъй като стойностите на коефициента на автономност са между 0,25 лв. и 0,75 лв.
- 2) Коефициентът на автономност е по-голям от 0,50 лв., т.е. предприятието със собствени средства покрива привлечения в неговата дейност капитал.
- 3) Размерът на постоянния капитал е по-голям от стойността на дълготрайните активи, т.е. финансовата стабилност на предприятието не е нарушена.
- 4) Коефициентът на финансиране на дълготрайните активи е по-голям от единица, което означава, че финансовата стабилност на предприятието не е нарушена.
- 5) За наблюдаваните периоди от време предприятието разполага с нетен оборотен капитал.
- 6) Коефициентът на финансиране на краткотрайните активи е по-голям от нула, което е показател, че финансовата стабилност на предприятието не е нарушена.
- 7) Нетният оборотен капитал е равен на собствения оборотен капитал, което означава, че е изпълнено златното правило за финансиране на бизнеса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В системата от показатели за анализ и оценка на капиталовата структура на предприятието се включват различни показатели. Целта е да се постигне обвързаност между отделните показатели в един общ модел за анализ на капиталовата структура. Самата капиталова структура, изразена посредством коефициента на задлъжнялост, оказва непосредствено влияние върху ефекта на финансовия лост, а чрез него и върху динамиката на рентабилността на собствения капитал на предприятието. Това налага прецизирането на методиката за анализ на капиталовата структура във връзка с доходността на капитала на собствениците.

Таблица 1

Показатели	Предходна година	Текуща година	Отклонение
Исходни данни (х.лв.):			
I. Инвестиран капитал, в т.ч.:	275600	336500	60900
1. Собствен капитал	183300	199100	15800
2. Привлечен капитал, в т.ч.:	92300	137400	45100
а) дългосрочни пасиви	20100	54100	34000
б) краткосрочни пасиви	72200	83300	11100
II. Активи, в т.ч.:	275600	336500	60900
3. Дълготрайни активи	175000	195000	20000
4. Краткотрайни активи	100600	141500	40900
Допълнително изчислени показатели			
5. Коефициент на автономност, лв.	0,6651	0,5917	-0,0734
6. Коефициент на финансова зависимост, лв.	0,3349	0,4083	0,0734
7. Коефициент на финансова автономност, лв.	1,9859	1,4491	-0,5369
8. Коефициент на задлъжнялост, лв.	0,5035	0,6901	0,1866
9. Постоянен капитал, х.лв.	203400	253200	49800
10. Коефициент на постоянния капитал, лв.	0,7380	0,7525	0,0144
11. Собствен основен капитал, х.лв.	154900	140900	-14000
12. Собствен оборотен капитал, х.лв.	28400	58200	29800
13. Нетен оборотен капитал, х.лв.	28400	58200	29800
14. Коефициент на финансиране на дълготрайните активи, лв.	1,1623	1,2985	0,1362
15. Коефициент на финансиране на краткотрайните активи, лв.	0,2823	0,4113	0,1290
16. Коефициент на финансово напрежение, лв.	3,5920	1,5397	-2,0523

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Адамов В., “Финанси на фирмата”, В.Търново, изд. “Абагар”, 1997
- [2] Адамов В., Д.Холст, А.Захариев, “Финансов анализ”, В.Търново, изд. “Абагар”, 2006
- [3] Вачков С., Е.Спасов и колектив, “Корпоративни финанси”, В., изд. къща “Стено”, 2006
- [4] Григорьева Т., “Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз”, М., изд. “Юрайт”, 2012
- [5] Данаилов Д., Фирмен финансов мениджмънт, Люрен, С., 1994
- [6] Динев Д., Д.Ненков, “Финанси на съвременната фирма”, С., изд. “Загер”, 1999
- [7] Дончев Д., “Финансов анализ”, С., изд. “Софттрейд”, 2009
- [8] Иванова Р., “Аспекти на анализа на капиталовата структура на предприятието”, VII интердисциплинарна научна конференция с международно участие на тема “Авангардни научни инструменти в управлението ‘2014 (VSIM:14)”, Равда, електронно списание, том 2(9)/2014
- [9] Касърова В., “Моделни и показатели за анализ на финансовата устойчивост на компанията”, електронен документ: http://eprints.nbu.bg/637/1/FU_1_FINAL.pdf
- [10] Михайлов М., К.Митов, Р.Колева, Л.Дончева, “Анализ на търговския бизнес”, В.Търново, изд. “Фабер”, 2008
- [11] Ненов Т., “Бизнес диагностика”, В., изд. “Наука и икономика”, 2012
- [12] Пергелов К., “Финанси на предприятието”, С., ЕТ “Максла”, 2003
- [13] Стоянов С., “Акционерният капитал в счетоводството”, С., “Счетоводна къща” ЕООД, 2009
- [14] Тимчев М., “Финансово-стопански анализ”, С., изд. “Тракия-М”, 1999
- [15] Чуков Кр., Финансово-стопански анализ на предприятието, ЦДЮ на УНСС, 2012

**EMPIRICAL ANALYSIS OF EFFECTS OF INCOME TAX ON ECONOMIC GROWTH
OF WESTERN BALKAN COUNTRIES**

Luljeta Sadiku

Faculty of Economics and Administrative Sciences, International Balkan University- Skopje

l.sadiku@ibu.edu.mk

Merale Fetahi-Vehapi

Faculty of Economy, University of Tetovo, merale_fetahu@yahoo.com

Murat Sadiku

Faculty of Business and Economics, South East European University, m.sadiku@seeu.edu.mk

Abstract: The existing theoretical literature advocates that tax policy plays a vital role on the economic development, principally policy that include a reduction in the rate of taxation is a dominant incentive of economic growth. In this regard, almost all Western Balkan countries cut the income tax and move to a flat tax rate in order to stimulate the employment and investment which in turn will spur the economic growth. Thus, the purpose of this research paper is to empirically examine how changes of income tax affect the economic growth of Western Balkan countries. For analysing this issue, panel econometric models are employed using yearly data for the time period 2005-2016. The estimation results reveal that the personal income tax has positive and significant impact on growth. While corporate tax has negative impact on growth in almost all models, but the coefficient is statistically insignificant. This implies that the current corporate tax rates couldn't endow with sustainable economic growth in the sample countries.

Keywords: Tax changes, economic growth, effects, long run, Western Balkan

I. INTRODUCTION

The existing literature makes available persuasive arguments of prominence of tax policy and its effects on the economic development. Accordingly, in the last two decades, this topic has become a subject of much debate, both in governments' policy and research community. The theoretical literature on this issue reveals that a high taxation burden is the greatest obstacle to economic growth, whereas policies that include the reduction in the tax rates and a broadening of tax base can stimulate growth (Johnson et al, (2008); OECD,2010). The idea is that lower tax rates will give people more after-tax income that could be used to buy more goods and services. This is a demand-side argument to support a tax reduction as an expansionary fiscal stimulus. Further, reduced tax rates could boost saving and investment, which would increase the productive capacity of the economy and productivity. In this regard, Western Balkan countries undertook substantial tax reforms and almost all countries cut the income tax and some of them move to a flat tax rate in order to stimulate the investment and employment, which in turn will spur the economic growth. Accordingly, the intention of this research paper is to empirically examine how changes of income tax affected the economic growth of the sample countries in the last 10 years.

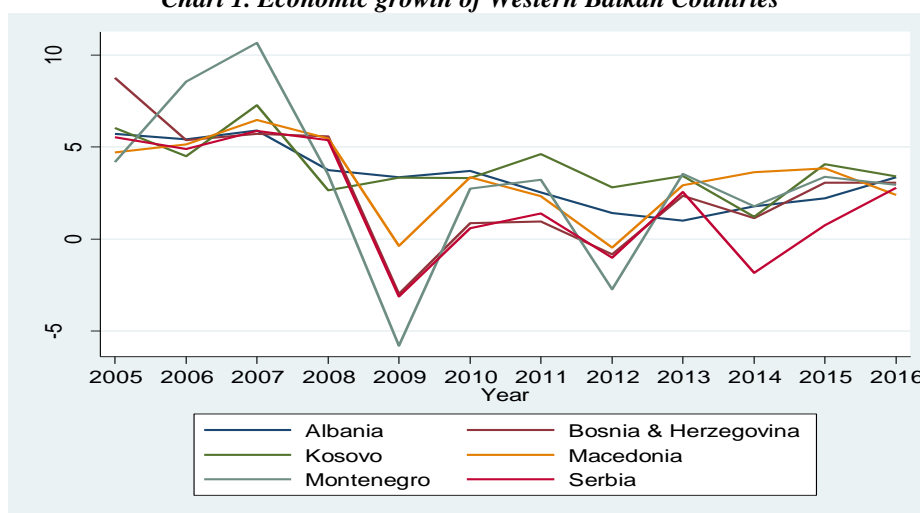
While there are numerous studies analysing the effects of tax policy and structure on the economic development for developed and OECD countries, the empirical evidences for cross sectional panel data for developing countries are limited. Moreover, the available empirical results reveal significant negative effects of taxes on economic growth, even after controlling for various other factors. For instance, Padovano and Galli (2002) find that marginal effective tax rates and tax progressivity have a negative influence on economic growth, whereas average tax rates don't affect output dynamics. Also, Lee and Gordon (2005) for a sample of 70 developed and developing countries from 1970- 1997, find that statutory corporate tax rates are significantly negatively correlated with cross-sectional differences in average economic growth rates, controlling for various other determinants of economic growth. They argue that the top statutory corporate income tax rates mostly affect economic growth. From their estimation, they found that only the CIT rate had a significant negative impact on economic growth in all their regressions by controlling the endogeneity of tax measures. Conversely, the PIT rate and its progressivity did not significantly affect economic growth. Similarly, Arnold (2008) supports the results of Lee and Gordon (2005). He found that an increase of CIT and PIT rates could reduce the economic performance of a country.

The paper is structured in five sections. Thus, in the next section is given a brief on the income tax rates of Western Balkan countries, the third section explains the data and methodology, the fourth part provides the empirical results and lastly some conclusions and policy implications of the paper are given.

2. ECONOMIC GROWTH AND INCOME TAXES IN WESTERN BALKAN COUNTRIES

In the period of 2005-2008, the average annual growth rate of Western Balkan countries was around 6% that was higher than that of the EU countries. However, the global financial crisis affected the economy of the region, causing severe negative consequences such that, increase in public debt levels, decline in European and international market demand for products and raw materials (lower exports), decrease of foreign direct investment (FDI), and a decline of remittance inflows. As a result of above repercussions, in 2009 year, all countries of Western Balkan except Albania fell into recession (see Chart 1 below). Even Albania had a decline of economic output, although was less impacted compare to other countries of the region. The economies slowly started to recover in 2010 and 2011 year, as real GDP grew by an average of 2.2 and 2.1 percent, respectively. However, the negative effects of the euro zone debt crisis were felt in 2012 year, as the economies of countries fell again in recession. Almost a decade after the global financial crisis, the pre-crisis growth levels are not still restored. Based on Western Balkan Regular Economic Report (World Bank, 2017), regional growth in 2016 was 2.9 percent, whereas in 2017 year it was estimated to be 2.4 percent, and it is projected to rise to 3.3 percent in 2018 and 3.6 percent in 2019.

Chart 1. Economic growth of Western Balkan Countries



Source: World Development Indicators, World Bank

The Western Balkan countries have experienced major tax reforms over the past two decades. The tax reforms were undertaken with the aim to boost investment and employment, so most of countries have adopted the flat tax rates on income. The comparison of corporate income tax (CIT) and personal income taxes (PIT) of Western Balkan countries is provided in Table 1 below. Observing at the piece of evidence, the countries of the region have lower income tax rates compare to EU member countries' tax rates.

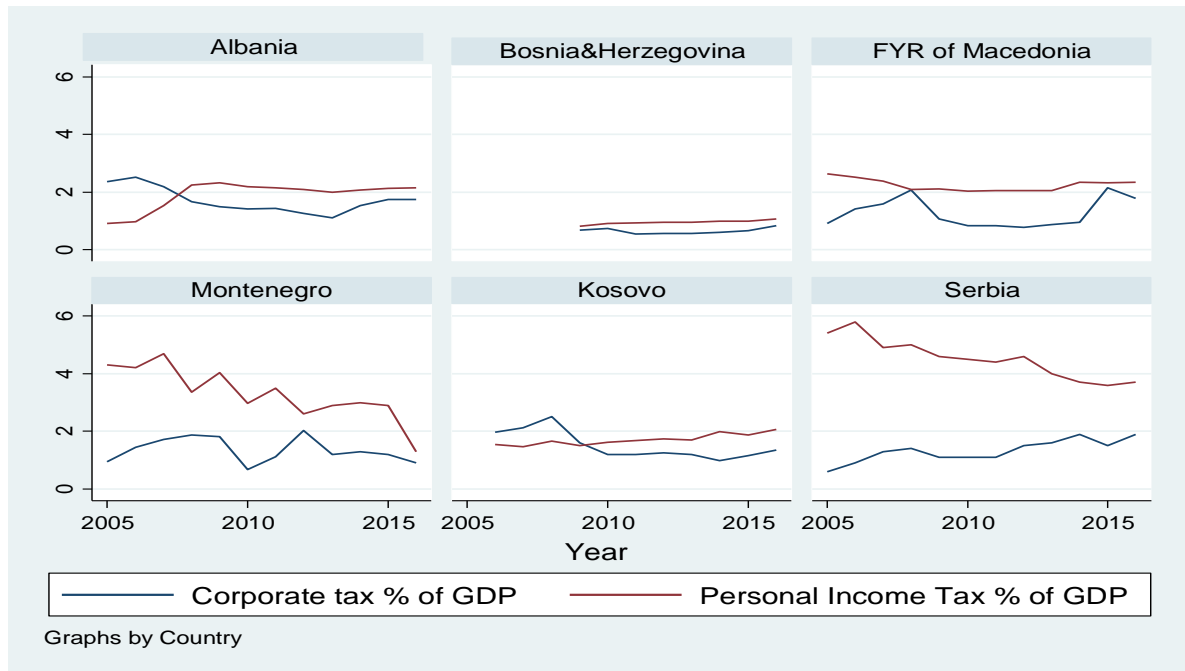
Table 1. Personal Income taxes and corporate income tax of Western Balkan countries

Country	Personal Income Tax	Corporate Income Tax
Albania	Preliminary 6 rates - from 5% to 30%. From 1 January 2014, gross <i>monthly</i> salaries and other remuneration in connection with employment are taxable at the following progressive rates; 0% (of the amount under Albanian Lek (ALL) 30,000),-13% (of the amount over ALL 30,000),-ALL 13,000 plus 23% of the amount over ALL 130,000.	Before 2014, the rate was 10%.
Bosnia&Herzegovina	10%	10%
Kosovo	2002: 4 rates 0%, 5%, 10% and 20% Since 1 January 2009 reduced progressive rates 0%, 4%, 8% and 10%	2002: 20% rates for big companies and of course for small business. Since 1 January 2009, 10% for companies with gross income over EUR 50,000(for companies

		with income below EUR 50,000, the system is scheduler, although they may opt for a 10% rate)
FYR of Macedonia	Earlier 2 rates: 15% and 18%, 2002; rates from 0% to 38%; then there were progressive rates 15%,18% and 24%; from 1 January 2007 to 1 January 2008 it was 12%, whilst from 1 January 2008 is10% flat rate .	Earlier 30%; then 15%; 2007 it was reduced to 12%; in 2008 it was reduced to 10% .
Serbia	progressive; 10%, 15%, 20%	Preliminarily: 20% -30%; 2003: the rate was 14%; since 1 January 2013 corporate income tax is levied at a rate of 15%.
Montenegro	Preliminarily the fixed rate 14 % of tax on earned income: from other income the rate of 10%, 15% and 20%. Currently standard rate 9%	Preliminarily rates: 20%, 30%; 2003: the rate 14%. Currently 9% flat rate

Source: Peci, B. (2016) and Trading economics

Chart 2. Personal Income tax and Corporate tax as % of GDP of Western Balkan countries.



Source: Countries' Ministries of Finance and author's calculation as % of GDP

Serbia and Montenegro are countries with higher portion concerning the personal income tax as % of GDP, although the trend is decreasing, especially in Montenegro (see Chart 2). While the countries with the lower personal tax as % of GDP are Bosnia and Herzegovina and Kosovo, whereas Albania and Macedonia are in the middle of the pack with quite similar level. Regarding the corporate tax as % of GDP, the situation is again shoddier in Bosnia and Herzegovina and Kosovo and somewhat similar at the other sample countries.

3. METHODOLOGY AND DATA

For examining the impact of income taxes on economic growth of the Western Balkan countries, a general standard model is used in the following form:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{it} + \beta_2 Z_i + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Where Y represents the real output for country i and time t , X is a vector of control variables that include, in our case, the lagged GDP per capita, personal income tax as % of GDP, corporate tax as % of GDP, gross fixed capital formation as % of GDP, population growth rate, and trade openness. Whereas Z_i is an unobserved variable that varies from one country to the next but does not change over time. We want to estimate β_1 , the effect on Y of X holding constant the unobserved country characteristics Z . Because Z_i varies from one country to the next but is constant over time the real output regression model can be interpreted as having n intercepts, one for each country and ε_{it} is the stochastic term.

To estimate the above panel regression model, four alternative methods are used. First, the Pooled Least Squares (OLS) model, which fundamentally depends on minimizing the sum of squared residuals, is based on the assumption that both intercept and coefficient are constant over time and cross section, and statistical noise captures disturbances over time and cross section. Second, the Fixed Effects model (FEM), also referred to as the “Least-Squares Dummy Variable (LSDV) model”, estimates the intercept as coefficient of dummy variables. This model allows intercept to vary for each cross-section and thus account for the individual effect. Third, the Random Effects model (REM), treats the intercepts as random variables rather than fixed constants. The intercepts are assumed to be independent from the error term and also mutually independent. This study also provides Hausman test to decide between Fixed Effect model and Random Effect model. The null hypothesis underlying this test is that the FEM and REM estimators do not differ substantially. If the null hypothesis is rejected, REM is not appropriate and it may be better to use FEM, in which case statistical inferences will be conditional on the ε_{it} in the sample. Specifically, if it is assumed that ε_{it} and the X 's (explanatory variables) are uncorrelated, REM may be appropriate, whereas if ε_{it} and the X 's are correlated, FEM may be appropriate (Gujarati, 2003). Explicitly, let $\alpha_i = \beta_0 + \beta_2 Z_i$ then the equation (1) becomes:

$$Y_{it} = \beta_1 X_{it} + \alpha_i + \varepsilon_{it} \tag{2}$$

This equation represents the fixed effects regression model by which we estimate the fixed effects on real output, where α_i ($i=1\dots n$) is the unknown intercept for each country.

While the random effects model has the form:

$$Y_{it} = X_{it}\beta + \alpha_i + u_{it} + \varepsilon_{it} \tag{3}$$

Where u_{it} is the between-entity (country) error; ε_{it} is the within-entity (country) error.

Finally, the Hausman Taylor IV estimator can be considered to be an estimator in between the fixed and random effects approach. The crucial difference between the random effects model and the fixed effects model is based on assumptions about the correlation between the individual-specific effects and the set of regressors. However, these assumptions do not consider that if the individual effects are related to the regressors, estimation of time-invariant explanatory variables is not possible. To overcome this, Hausman and Taylor (1981) introduced a model where some of the explanatory variables are related to the α_i , while others are not. In particular, they consider a model of the form:

$$y_{it} = X_{it}\beta + Z_i\gamma + \mu_{it} + v_{it} \tag{4}$$

Where the Z_i are time invariant covariates. In this formulation, all individual effects that are denoted as Z_i are observed. Unobservable individual effects are contained in the random term μ_i . Hausman and Taylor suggested to split X and Z into two sets of variables: $X = [X_1; X_2]$ and $Z = [Z_1; Z_2]$, X_1 is $n \times k_1$; X_2 is $n \times k_2$; Z_1 is $n \times g_1$; Z_2 is $n \times g_2$ and $n = NT$. The model then is:

$$y_{it} = X_{1it}\beta_1 + X_{2it}\beta_2 + Z_{1i}\gamma_1 + Z_{2i}\gamma_2 + \mu_i + v_{it} \tag{5}$$

The distinguishing feature of this model is found in the assumptions on the correlation between the individual-specific effect, μ_i , and the sets of time varying and time invariant regressors.

3.1 The data

This study is an empirical study using secondary data. The annual data from 2005 to 2016 of six Western Balkan countries namely Albania, Bosnia and Herzegovina, FYR of Macedonia, Kosovo, Montenegro and Serbia, were collected from World Development Indicator (WDI) provided by the World Bank. Data for personal income taxes (PIT) and corporate income taxes (CIT) were provided from countries national statistics (reports of Ministries of finances, respectively). The time span of the analysis is limited because of the lack of the data on income taxes for the first decade of transition. The summary statistics of the variables used in the empirical research are presented in Table 2. Over the period of analysis, the average of GDP per capita growth of the region has been 3.25 percent, whereas the average personal income tax to GDP level is 2.54 percent and corporate tax to GDP is 1.34%. These averages exhibit moderate discrepancies between WB countries.

Table 2. Summary statistics

Variable	Mean	Std.Dev.	Min	Max	Observations
GDPCG	3.253759	2.829118	-5.859094	10.50518	72
PIT	2.538231	1.266552	0.815332	5.8	70
CIT	1.337721	0.5056333	0.5400266	2.522985	70
GFCF	24.19808	5.335294	16.96215	38.97967	72
TRADE	90.77964	16.30123	60.44544	133.4789	70
POP	-0.123877	0.5135868	-1.19124	1.041533	72

Source: Authors' calculations

4. EMPIRICAL FINDINGS

In this section are presented estimates of econometric models, ie "pooled OLS," "Fixed Effects", "Random Effects", and the results of Hausman Taylor IV model. As dependent variable we take GDP per capita growth, while as independent variables beside the variables of personal income taxes as % of GDP and corporate taxes as % of GDP, we consider GDP per capita with one time lag (lag GDPC) in order to control the convergence 'steady-state' predicted by neoclassical growth models (see Solow, 1956; Mankiw et al. 1992), as well as other determinants of economic growth such as, trade openness (TRADE) that corresponds to the ratio of the total value of exports and imports to GDP; gross fixed capital formation (GFCF) as % of GDP to reflect the impact of physical capital accumulation; and population growth rate (POP). In Table 3 below are summarized the obtained results of all models.

Table 3. Regression results

Variables	Pooled OLS	Fixed Effects	Random Effects	Hausman Taylor IV
In_GDPC	-8.445618***	-10.59308***	-8.456688***	-8.15459***
LI	(1.287811)	(1.683322)	(1.294891)	(1.329121)
PIT	0.5679123**	0.2677274	0.5579024**	0.515764**
	(0.24172)	(0.5252281)	(0.229508)	(0.2419887)
CIT	-0.1835431	-0.3552603	-0.1827686	-0.3216385
	(0.594153)	(0.6545902)	(0.594153)	(1.030762)
GFCF	0.093252*	0.0619134	0.0925528*	0.1024072
	(0.057415)	(0.0677646)	(0.05665)	(0.0659215)
TRADE	0.085642***	0.0784437***	0.084778***	0.083721***
	(0.0169222)	(0.0277746)	(0.017342)	(0.017764)
POP	-1.163211**	-1.608036*	-1.162988**	-1.225044**
	(0.49415)	(0.8391264)	(0.484176)	(0.505796)
ID_country	-	-	-	0.03152
Constant	63.01223***	83.15268***	62.91749***	60.52914***
	(11.0052)	(15.41219)	(10.7724)	(11.12252)
Observations	64	64	64	64
R-squared	0.5827	0.5248	0.5967	-
F	13.71	13.00	-	-
Chi2	-	-	76.8	82.6
Comand	Regress	Xtreg	Xtreg	Xthtaylor
Number of countries	6	6	6	6

Note: The values in parentheses represent standard errors of coefficients, and notations ***, **, * indicate statistical significance of the regression coefficients of 1%, 5%, 10%, respectively

Source: Authors' calculations

As a result of individual unobservable heterogeneity, linear regression method, respectively pooled OLS estimates show bias and cannot be regarded as consistent, so therefore the results of this approach should be taken with caution. Consequently, we have estimated the FEM and REM models, where through the Hausman⁴¹ test we determined that the REM model is more preferred and appropriate than FEM. Moreover, given the endogeneity

⁴¹ To decide between fixed or random effects we can run a Hausman test where the null hypothesis is that the preferred model is random effects vs. the alternative hypothesis the fixed effects (see Green, 2008, chapter 9). It tests whether the errors (u_i) are correlated with the regressors, the null hypothesis suggests that they are not correlated.

problems that appear especially in growth models, we further applied the method of Hausman-Taylor IV, as a method that avoids these problems. After running it we performed again a second Hausman test to compare the models REM and Hausman Taylor IV and came to the conclusion that Hausman Taylor IV model is more efficient model and the empirical results of this model are more robust than the results of the previous models. Observing at all the results in Table 3, it can be confirmed the existence of convergence course. The expected negative coefficient for the initial real per capita GDP is attained and in all cases the coefficient is statistically significant at 1% level of significance, revealing that WB countries converge for their own steady state in the analysed time period. Also in all models we can notice that there is a positive relationship between personal income tax and economic growth, but the coefficient is not statistically significant in the fixed effects model (FEM). However, the regression results of Hausman Taylor IV model that somehow mitigates the problem of endogeneity, reveal that there is a strong positive linkage between economic growth and personal income taxes. It suggests that for every 1 unit increase of personal taxes as % of GDP, GDP per capita will increase approximately by 0.5 units over time. The empirical analysis conducted by Xing (2011; 2012) reveals that personal income taxes spur more the economic growth, compare to corporate taxes, which findings are in line with the results of this research. Also, Shinohara (2012) analyzed this issue for OECD countries and find that personal income tax has a positive impact on economic growth, whereas corporate income tax has a negative effect. However there are other studies that obtain negative evidences for both types of taxes (see: Angelopoulos and Kammas, 2006; Mendoza et al.1995; 1997). The coefficient of gross fixed capital formation (GFCF) as % of GDP is with positive sign but statistically insignificant in fixed and Hausman Taylor models, whereas at 10% level of significance in the pooled OLS and random effects models. This result reveals that the region is less equipped with capital in relation to population and resources. The region needs to raise the saving rate in order to reach the Golden Rule steady state, that requires a fall in consumption and a rise in capital investment, so over time higher investment causes the capital stock to rise and the real output to enhance. On the other side, the coefficient of population growth rate is negative at the 5% level of significance, as predicted by Solow growth model, that an increase in the rate of population growth reduces the steady-state level of capital. Regarding the coefficient of trade openness, it is with positive sign and statistically significant at 5% level, disclosing that trade openness in an important determinant of growth of Western Balkan countries. In addition, the postestimation diagnostic tests are performed for all models. The Lagrangian-Multiplier test for serial correlation suggested that there is not serial correlation, as the null hypothesis cannot be rejected. Also, the test for cross-sectional dependence/contemporaneous correlation is performed using the Pasaran CD test, that examines whether the residuals are correlated across entities. Again the null hypothesis cannot be rejected, meaning that the residuals are not correlated. Although the Hausman Taylor IV model performs well, the results should be interpreted with caution. The analysis has its limitations and shortcomings; first, the total number of observations is relatively small for a panel regression analysis; second, the problem of endogeneity is not completely avoided. A dynamic panel regression analysis may be a comprehensive analysis by incorporating instrumental variables into the model.

5. CONCLUSIONS

The main purpose of this study was to empirically analyse the effects of income taxes on the economic growth of the Western Balkan countries (Albania, Bosnia and Herzegovina, Kosovo, Macedonia, Serbia and Montenegro). To accomplish this goal we performed regression models based on panel data (from 2005-2016), such as pooled OLS model, fixed effects model, random effects model and the model of Hausman Taylor IV. The results of all types of models show that there is a positive and statistically significant relationship between personal income taxes and economic growth in the sample countries, whereas a negative insignificant relationship with corporate taxes. Based on the results of Hausman test the most appropriate model for this analysis was selected the Hausman Taylor IV model. It suggests that for every 1 unit increase of personal taxes as % of GDP, GDP per capita will increase approximately by 0.5 units over time.

Although the Hausman Taylor IV model performs well, the results should be taken with caution. The analysis has its limitations and shortcomings; first, the total number of observations is relatively small for a panel regression analysis; second, the problem of endogeneity is not completely avoided. A dynamic panel regression analysis may be a comprehensive analysis by incorporating instrumental variables into the model.

REFERENCES

- [1] Arnold, J. (2008). Do Tax Structures Affect Aggregate Economic Growth?: Empirical Evidence from a Panel of OECD Countries. OECD Economics Department Working Papers, No 643
- [2] Angelopoulos, G. and Kammas, P. (2006). "Tax Spending Policies and Economic Growth:Theoretical predictions and evidence from the OECD". European Journal of Political Economy". Vol 23. pp 1615-1660

-
- [3] Barro, R. J. (1991). Economic Growth in a Cross Section of Countries. *The Quarterly Journal of Economics*, 106(2), 407-443.
- [4] Green H.W.(2008), *Econometric Analysis*. 6th edition., Upple Saddle River, N. J. :Prentice Hall.
- [5] Lee, Y., & Gordon, R.H. (2005). Tax Structure and Economic Growth. *Journal of Public Economics* 89(5-6), 1027-1043. doi: 10.1016/j.jpubeco.2004.07.002
- [6] OECD, (2010). “Tax Policy Reform and Economic Growth”. OECD Tax Policy Studies, No.20.
- [7] Padovano, F., & Galli, E. (2002). Comparing the Growth Effects of Marginal versus Average Tax Rates and Progressivity. *European Journal of Political Economy*, 18(3), 529-544. doi: 10.1016/s0176- 2680(02)00104-0
- [8] Johansson, A., C.Heady, J.Arnold, B.Brys, and L.Vartia (2008). “Tax and Economic Growth”, Economic Department Working Paper, No.620, OECD.
- [9] Peci, B. (2016). “Tax Reforms in Selected Balkan Countries: The Case Study of Kosovo”. *Applied Economics and Finance* Vol. 3, No. 4; November 2016 ISSN 2332-7294 E-ISSN 2332-7308
- [10] Mankiw, G., Romer, P., & Weil, D. (1992). A Contribution to the Empirics of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*, 107(2), 407-437.
- [11] Mendoza, E.G., G.M. Milesi-Ferretti and P.Asea (1995). “ Do taxes matter for long run growth”?: Harberger’s superneutrality conjecture”. *International Finance Discussion Papers*, No. 511.
- [12] Mendoza, E.G., G.M. Milesi-Ferretti and P.Asea (1997). “On the ineffectiveness of tax policy in alerting long run growth: Harberger’s superneutrality conjecture” *Journal of Public Economics* Vol.6. pp 99-126
- [13] Solow, R.M. 1956, “A contribution to the Theory of Economic Growth”, *Quarterly Journal of Economics*, 70(1):
- [14] Xing, J.(2011). “Does tax Structure affects economic growth? Empirical evidence from OECD countries”. Oxford University for Business Taxation Working paper, 11/20.
- [15] Xing, J.(2012). “ Tax Structure and Growth: How Robust is the Empirical Evidence?”. *Economic Letters*,

FINANCIAL CONTROLLING IN THE SYSTEM OF FINANCIAL MANAGEMENT

Petya Yordanova – DinovaUniversity of Food Technologies – Plovdiv 4002, Bulgaria, petya1222@abv.bg

Abstract: This paper explores the comparative analysis of the financial controlling, who is a result from the common controlling concept and the financial management. In the specialized literature, financial controlling is seen as an innovative approach to financial management. It is often presented as the most promising instrument of financial diagnostics. Generally speaking, financial controlling is seen as a process of managing the company's assets which are valued in monetary measures. The difference between the financial management and the financial controlling is that the second covers all functions of management, analysis and control of finances, aiming at maximizing their effective use and increasing the value of the enterprise. Financial controlling is often seen as a function of the common practice of financial management. Its objective is to preserve the financial stability and financial sustainability of enterprises operating in a highly aggressive business environment.

Keywords: financial controlling, financial management, financial sustainability.

ФИНАНСОВИЯТ КОНТРОЛИНГ В СИСТЕМАТА НА ФИНАНСОВИЯ МЕНИДЖМЪНТ**Петя Йорданова – Динова**Университет по хранителни технологии – Пловдив, България, petya1222@abv.bg

Резюме: В настоящата разработка е направен опит за представяне и сравнителен анализ на финансовия контролинг, произтичащ от общата контролинг концепция, с финансовия мениджмънт. В специализираната литература финансовият контролинг се разглежда като иновативен подход в управлението на финансите. Често той се представя и като най-перспективен инструмент на финансовата диагностика. В широк смисъл финансовият контролинг се разглежда като процес на управление на активите на предприятието, които са представени в парична форма. В сравнение с финансовия мениджмънт, финансовият контролинг се отличава по това, че обхваща всички функции на управлението, анализа и контрола на финансите, целящ максимизиране на ефективното им използване и повишаване стойността на предприятието. Финансовият контролинг много често се разглежда като функция на общата практика на финансовия мениджмънт. Насочен е към запазване на финансовата стабилност и финансовата устойчивост на предприятията, опериращи в силно агресивна бизнес среда.

Ключови думи: финансов контролинг, финансов мениджмънт, финансова устойчивост.

1. ВЪВЕДЕНИЕ

От икономикса са известни редица теоретични подходи за изясняване на причините и механизмите за цикличния характер на икономическото развитие. Цикличността на стопанския активитет, дискутирана от различните икономически школи, се дължи на влиянието на две основни групи фактори – екзогенни и ендогенни. По отношение на цикличните кризи (икономически и финансови), причините за възникването им и технологията за тяхното управление, са водени дългогодишни спорове. В тази връзка голяма част от учените се обединяват около тезата, че финансовите и икономическите кризи са взаимосвързани и взаимнообусловени. Проведеният анализ на най-значителните кризи през последните години, позволи да се установи първичността на финансовия им елемент. Като симптоматика на финансовите кризи се посочва⁴²:

- Неустойчивост на курса на ценните книжа;
- Нестабилност на курса на националната валута и обезценяването ѝ;
- Инфлация;
- Ръст на дефицита;
- Взаимна неплатежоспособност на стопанските субекти (висока междуфирмена задлъжнялост);
- Несъответствие на масата на парите в обращение и потребностите на паричното обращение.

⁴² Черненко, А.В., Н.Ю. Шведова, Антикризисное управление (учебник и практикум для академического бакалавриата), Юрайт, М., 2016, с. 30 (достъпен на: <https://biblio-online.ru/viewer/antikrizisnoe-upravlenie-390327#page/2>).

Значителна част от изследователите се обединяват около становището, че водещата причина за финансовите кризи е отделянето на финансовия (фиктивния) капитал от реалния капитал и превръщането му в господстващ вид капитал. Хегемонията на финансовия капитал над реалния капитал активира процеси на трансформация на съвременната пазарна икономика във финансово-пазарна икономика. С други думи казано, надделява влиянието и значението на финансовите пазари в сравнение с влиянието на останалите ресурсни пазари (материални, трудови). Нестабилността и флуктуациите на конюнктурата на тези пазари през последните три десетилетия предизвикаха кризисни ситуации, за чието неутрализиране се е наложило разработването на нови техники и инструменти за финансово управление, чиито носител е финансовият контролинг.

2. СЪЩНОСТ НА КОНТРОЛИНГА

Преди да се изясни същността на финансовия контролинг и връзката му с финансовия мениджмънт е необходимо да се представят основните теоретични постановки, свързани със същността на цялостната контролинг концепция. Прегледът на специализираната литература установи, че в теоретичната база на мениджмънта на предприятието са представени различни определения за понятието „контролинг“⁴³. Една част от авторите застъпват тезата, че контролингът обхваща широк спектър от управленски технологии, общото между които е формализация на целевите показатели, планиране и контрол по отношение на достигането на целите⁴³. Други представят контролинга като концепция, която, от една страна може да бъде разглеждана като качествено нова философия на управление, а от друга страна, като инструмент за управление. Като философия на управление контролингът представлява начин на мислене на ръководителите, ориентиран към ефективното използване на ресурсите и развитие на предприятието в дългосрочна перспектива. Разглеждана като инструмент на управлението, контролинг концепцията е ориентирана към постигането на целите, интегрирана във всички функционални сфери на предприятието система за информационно-аналитично и методическо осигуряване на ръководството в процеса на планиране, контрол, анализ и вземане на управленски решения⁴⁴. Й. Петкова и А. Ковачева разглеждат контролинга като система за планиране, анализиране, отчитане, регулиране и контрол на дейността, целяща осигуряване на дългосрочна устойчивост на фирмата. Контролингът може да се тълкува като съвкупност от математически, организационни и информационни модели, чрез които са подпомага работата на корпоративното ръководство в процеса на вземане и прилагане на управленските решения за успешно реализиране на поставените цели и своевременното отстраняване на възникналите отклонения на фактическите от планираните резултати⁴⁵. Според други изследователи контролингът е комплекс от логически зависими дейности, отнасящи се до дългосрочното целево планиране, стратегическото планиране, планиране на годишните задачи, систематичните управленски решения за реализиране на годишната цел и контрола⁴⁶. В сферата на управлението все повече мнения се обединяват около тезата, че контролинг концепцията е изградена върху идеите за интегриране на управленските функции. Основната ѝ цел е ориентация на управленския процес за достигане на всички предстоящи пред предприятието цели. За контролинга са характерни следните функции:

- Координация на управленската дейност за достигане целите на предприятието;
- Информационна и консултантска поддръжка при вземането на управленски решения;
- Създаване и функциониране на обща информационна система за мениджмънт;
- Обезпечаване рационалността на управленския процес.

⁴³ Кочнев, А. Ф., Система контроллинга –инструмент целевого управления компанией, консалтинговая компания ITeam (Москва), 27.10.2011 г. <http://gaap.ru/articles/systema-controllinga-instrument-celevo-upravleniya/>,

⁴⁴ Фалько, Keith, A. R., Контролинг: национальные особенности – российский и американский опыт, журнал „Короллинг“ №1/2002 г. в Хаджиева, В., Приложение на контролинг концепцията, като съвременен управленски инструмент, сп. „Икономика 21“ междууниверситетско списание, година VI, книга 2, 2016, с. 101; Кирова, М., Системата за оперативен контролинг в застрахователното дружество – структура и особености, сп. „Диалог“, 1/2008, с. 26.

⁴⁵ Петкова, Й., А. Ковачева, Контролингът – ефективна управленска технология, сп. „Социално-икономически анализи“, книга 1/2017 (11), с. 103, Стопански факултет на Великотърновски университет „Св. Св. Кирил и Методий“.

⁴⁶ Каменов, К., А. Асенов, Бизнес-контролинг, НБУ, 2008, София, с. 18.

Много често контролингът се отъждествява с управленското счетоводство. Но това съвсем не е издържано в съдържателен смисъл, защото контролингът е по-широко понятие, тъй като включва в себе си не само чисто отчетни функции, но и целия спектър от управления на процесите за постигане на крайните цели и фирмени резултати. Координирайки, интегрирайки и направлявайки дейностите на всички управленски системи за достигане на поставените цели, контролингът се явява синтез на планирането, отчета, контрола, икономическия анализ, организация на информационния поток (и на останалите потоци) или с други думи казано изпълнява специфична функция – „управление на управлението“⁴⁷. Т. Ю. Теплякова представя контролинга като относително нова концепция за системно управление на организацията като основния ѝ стремеж е да обезпечи успешното функциониране на организационната система (предприятие, търговска фирма, банка и др.) в дългосрочна перспектива по пътя на⁴⁸:

- Адаптация на стратегическите цели към изменящите се условия на външната среда;
- Съгласуване на оперативните планове със стратегическите планове за развитие на организационната система;
- Координация и интеграция на оперативните планове за различни бизнес процеси;
- Създаване на система, обезпечаваша мениджърите с информация за различните управленски решения в оптимални времеви интервали;
- Адаптиране на организационната управленска структура на предприятието с цел повишаване на гъвкавостта ѝ и способността ѝ бързо да реагира на изменящите се изисквания на външната среда.

Понякога контролингът се асоциира и с контрола, но той е различно и даже противоположно по смисъл понятие. Контролът е насочен към миналото, констатира и изяснява допуснати грешки и погрешни планове, а контролингът е управление на бъдещето за постигане на дългосрочно устойчиво функциониране на предприятието и неговите структурни единици⁴⁹. Тезата, че контролингът е „управление на управлението“ се застъпва и в българската научна общност. Така например по думите на Б. Бранкова, ако се разгледа контролингът като „управление на управлението“, то възниква асоциация с базата и надстройката (базата е традиционната система за управление, а надстройката – контролингът)⁵⁰. Проследявайки развитието на контролинг концепцията, както отбелязва А. Асенов, могат да се разграничат три етапа: счетоводно ориентиран контролинг; контролинг, ориентиран към действието и контролинг, ориентиран към управлението⁵¹. Същият автор представя контролинга като комплексна функция на управление на производството, насочена главно да подпомага процеса на разработване и вземане на управленски решения (стратегически, тактически и оперативни) във всички области на стопанската дейност на фирмата. В най-общия си вид контролингът оперира преди всичко с парични измерители – парична оценка на стопанските ресурси, както и непосредствените пари, т.е. с финансови ресурси. Той има отношение както към стратегическото и оперативното управление, така и към операционната, инвестиционната и финансовата дейност на предприятието. Освен това основните цели на всяко предприятие и неговия мениджмънт са насочени към максимизиране на печалбата и увеличаване стойността на компанията, които всъщност са финансови показатели. За това по мнението на С. В. Барулин и Е. В. Барулина целта, концепция и система за управление на контролинга се явяват финансови, което означава, че и самият контролинг приема финансова форма, т.е. към термина „контролинг“ може да се прибави определението „финансов“⁵².

3. СЪЩНОСТ НА ФИНАНСОВИЯ КОНТРОЛИНГ

Финансовият контролинг (Financial Controlling) може да се определи като система за информационна подкрепа за финансови и икономически решения, включваща използването на методи и

⁴⁷Валуев, Б. И., Современные альтернативы системе управления предприятием, Рыночная экономика: современная теория и практика управления, том 6, выпуск 6, Наука и техника, Одесса, 2003, с. 95-97.

⁴⁸Теплякова, Т. Ю., Контролинг, учебное пособие, Ульяновск, 2010, с. 11.

⁴⁹Пак там, с. 12.

⁵⁰Бранкова, Б., Възникване и развитие на контролинга като концепция за управление на промишлените предприятия, Годишник на минно-геоложкия университет „Св. Иван Рилски“, Том 52, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2009, с. 44.

⁵¹ Асенов, А., Концептуален модел на контролинга във фирмите, с. 75-76 (<http://www.tksi.org/JOURNAL-KSI/PAPER-PDF-2010/2010-2-16.pdf> <http://www.tksi.org/JOURNAL-KSI/PAPER-PDF-2010/2010-2-16.pdf>)

⁵² Барулин, С.В., Е.В. Барулина, Налоговой контролинг, учебник, Саратовский социально-Экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, с. 39.

процедури за бюджетиране, стратегическо планиране, управленско счетоводство, финансова диагностика, управление на риска и вътрешен контрол, които заедно осигуряват координация на отделните подсистеми за управление, и ориентирани да оптимизират финансовите решения и да увеличат стойността на компанията⁵³. По отношение на същността на финансовия контролинг направеният обзор на немската и руска научна литература показва съществуването на различни виждания за неговата природа. Така например С. В. Барулин и Е. В. Барулина го определят като интегрираща концепция за управление на финансите и дейността на компанията като цяло, сигнална и координираща многофункционална форма на финансово управление, която е обезпечена концептуално, методологически, методически и инструментално⁵⁴. Според Д. Хан висшата цел на контролинга е производна от целите на предприятието и се състои в съхраняване на устойчивото (дългосрочно) му развитие. Контролингът съдейства за постигане на главната стойностна (монетарна) цел на предприятието – оптимизация на финансовия резултат чрез максимизация на печалбата и повишаване ценността на капитала при гарантирана ликвидност. Сходна теза застъпва и Ю. Ж. Уланова, според която финансовият контролинг в рамките на постигането на основните цели – обезпечаване на оптималното равнище на ликвидност, поддържане на платежоспособност и финансова устойчивост в средносрочен и дългосрочен период, обезпечаване на рентабилността и печалбата, ръст и управление на стойността на предприятието – осигурява комплексно и ефективно управление на финансите на организацията и корпоративните структури⁵⁵. Тя подчертава, че системата на финансов контролинг способства за разрешаване на най-често срещаните проблеми при управлението на финансите – ниска платежна дисциплина, неконтролируема дебиторска задлъжнялост, неефективно управление на разходите, недостатъчно равнище на отговорност и мотивация на персонала за понижаване на разходите, грешно определяне на печалбата на филиалите и отделните видове дейности на компанията, ниско равнище на организация на системата на първичния документооборот, небалансирана данъчна политика и плащане на необосновано високи данъци, както и пропуски във системата на вътрешната финансова отчетност. Ценността на финансовия контролинг особено се увеличава в условията на криза, пред която са изправени много предприятия, в контекста на макроикономическите турбулентности, констатира Д. С. Кудряшов. В тази връзка той пише, че антикризисният финансов контролинг може да се определи като система за подпомагане на финансовите решения в периодите до настъпване на кризата и по време на кризата, която включва набор от инструменти за информационна подкрепа и координация на антикризисното управление, финансовата диагностика, вътрешния контрол и управленската отчетност. Спектърът от антикризисни инструменти на контролинга започва със системата за ранно предупреждение за финансовата криза и завършва с планиране на ликвидността и паричния поток (cash-flow) в процеса на реализация на антикризисната концепция.⁵⁶ В резултат на своите проучвания О. С. Кожухова констатира, че финансовият контролинг е един от иновативните способности за управление на фирмените финанси и е ориентиран към функционална поддръжка на финансовия мениджмънт, което определя неговото съдържание и основни задачи. Според нея той е елемент на интегрирана система за управление на финансите на предприятието, която включва в себе си контролен подход, позволяващ осъществяването на финансовото управление на основата на вземане на финансово решение, мониторинг на външната среда, мониторинг на обекта на финансово управление и дава възможност да се създаде информационен модел на обекта на управление⁵⁷. Финансовият контролинг е част от контролинга и се основава на неговите способности, методи и инструменти. Специализацията на финансовия контролинг се определя от обектите и характерните методи.

⁵³ http://financial-helper.ru/alphabetical_index_all/alphabetical_index_ru/f_ru/finansovyj-kontrolling.html

⁵⁴ Барулин, С.В., Е.В. Барулина, Налоговой контролинг, учебник, Саратовский социально-Экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, с. 40.

⁵⁵ Уланова, Ж.Ю. Формирование системы финансового контролинга на предприятии <https://cyberleninka.ru/article/v/formirovanie-sistemy-finansovogo-kontrollinga-na-predpriyatii>

⁵⁶ Кудряшов, Д.С. **Сущность и специфика механизма финансового контролинга в системе управления современным предприятием.**

http://uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=4924
http://uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=4924

⁵⁷ Бланк, И.А., Основы финансового менеджмента, т. 1, Киев, 1999 в Кожухова, О.С., Финансовый контролинг как новый элемент управления финансами компании, Экономические науки, 7(80), 2011, с. 184.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Финансовият контролинг често се разглежда като функция на общата практика на мениджмънта на финансовата дейност на предприятието, комплекс за финансово управление, насочен към устойчиво поддържане ефективността на всички бизнес процеси.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Черненко, А.В., Н.Ю. Шведова, Антикризисное управление (учебник и практикум для академического бакалавриата), Юрайт, М., 2016, с. 30 (достъпен на: <https://biblio-online.ru/viewer/antikrizisnoe-upravlenie-390327#page/2>)
- [2] Кочнев, А. Ф., Система контроллинга –инструмент целевого управления компанией, консалтинговая компания ITeam (Москва), 27.10.2011 г. <http://gaap.ru/articles/systema-controllinga-instrument-celevo-upravleniya/>
- [3] Фалько, Keith, А. R., Контролинг: национальные особенности – российский и американский опыт, журнал „Короллинг“ №1/2002 г.
- [4] Хаджиева, В., Приложение на контролинг концепцията, като съвременен управленски инструмент, сп. „Икономика 21“ междууниверситетско списание, година VI, книга 2, 2016, с. 101.
- [5] Кирова, М., Системата за оперативен контролинг в застрахователното дружество – структура и особености, сп. „Диалог“, 1/2008, с. 26.
- [6] Петкова, Й., А. Ковачева, Контролингът – ефективна управленска технология, сп. „Социално-икономически анализи“, книга 1/2017 (11), с. 103, Стопански факултет на Великотърновски университет „Св. Св. Кирил и Методий“.
- [7] Каменов, К., А. Асенов, Бизнес-контролинг, НБУ, 2008, София, с. 18.
- [8] Валуев, Б. И., Современные альтернативы системе управления предприятием, Рыночная экономика: современная теория и практика управления, том 6, выпуск 6, Наука и техника, Одесса, 2003, с. 95-97.
- [9] Теплякова, Т. Ю., Контролинг, учебное пособие, Ульяновск, 2010, с. 11-12.
- [10] Бранкова, Б., Възникване и развитие на контролинга като концепция за управление на промишлените предприятия, Годишник на минно-геоложкия университет „Св. Иван Рилски“, Том 52, Св. IV, Хуманитарни и стопански науки, 2009, с. 44.
- [11] Асенов, А., Концептуален модел на контролинга във фирмите, с. 75-76 (<http://www.tksi.org/JOURNAL-KSI/PAPER-PDF-2010/2010-2-16.pdf> <http://www.tksi.org/JOURNAL-KSI/PAPER-PDF-2010/2010-2-16.pdf>)
- [12] Барулин, С.В, Е.В. Барулина, Налоговой контролинг, учебник, Саратовский социально-Экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, с. 39-40.
- [13] http://financial-helper.ru/alphabetical_index_all/alphabetical_index_ru/f_ru/finansovyjj-kontrolling.html
- [14] Уланова, Ж.Ю. Формирование системы финансового контроллинга на предприятии <https://cyberleninka.ru/article/v/formirovanie-sistemy-finansovogo-kontrollinga-na-predpriyatii>
- [15] Кудряшов, Д.С. Сущность и специфика механизма финансового контроллинга в системе управления современным предприятием. http://uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=4924 http://uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=4924
- [16] Бланк, И.А., Основы финансового менеджмента, т. 1, Киев, 1999 в Кожухова, О.С., Финансовый контролинг как новый элемент управления финансами компании, Экономические науки, 7(80), 2011, с. 184.
- [17] Кожухова, О.С., Финансовый контролинг как новый элемент управления финансами компании, Экономические науки, 7(80), 2011, с. 184.

MONETARY POLICY IN SMALL OPEN ECONOMY

Trajanka Makrevska

International Slavic University “Gavrilo Romanovich Derzhavin” makrevska_art@yahoo.com

Gorica Popovska Nalevska

International Slavic University “Gavrilo Romanovich Derzhavin” popovska.g@gmail.com

Abstract: Money and stabilization are the central problems of macroeconomics and macroeconomic policy today. Since the Great Depression money policy has been getting significant meaning. Dirigible money is created in the true sense of the word, i.e. money that is fully subordinated to the purposes of the national economic policy.

By leaving the automatism of the golden rule regarding the mechanism of the monetary regulation, not just inside the economy but also in the external economy, it led to taking over the responsibility of the state for the development of internal monetary situation and a system of international payment relations, i. e. external liquidity of the economy. The state takes over directly (with the Central bank) the responsibility for the monetary credit policy in general, for the regulation of money supply, and also for the regulation of the basic commodity-money relations inside the economy, the stability of the economy, prices and the exchange rate.

Is monetary policy able to substantially support development, especially in small open economy? Yes. Adequate liquidity with relative price stability, credible monetary institutions and a high degree of confidence in the domestic currency and financial institutions and markets are one of the pillars of sustainable economic development. Small open economies are still far from these standards and still much can be improved.

Keywords: monetary policy, money, small open economies

INTRODUCTION

In an open economy the conduct of the monetary policy becomes complex because of several circumstances; firstly in open economies, the fluctuation of prices is no more a result of domestic circumstances (domestic demand, domestic rentals etc.) but the inflationary process to a large extent is influenced by the exchange rate through which the effects of the external occurrences are transmitted; secondly in open economies some additional channels appear that affect the creation and withdrawal of money, that the central bank has no longer strong control over the money supply; and thirdly, the stabilization policy in open economies is greatly burdened with the effect of the monetary and real shocks that occur from the external surroundings. Small open economies are in an asymmetric position with regard to the rest of the world because, on the one hand, domestic shocks have no influence on the world economy, and on the other hand, every shock that hits the world has a great impact on the domestic economy.

Yet, the world shocks have influence on the world interest rates and the prices of the exchangeable products and through these variables their effect is transmitted on the small open economies. Furthermore, the effect of the external shocks is especially expressed in developing small open economies because of their specific economy structure where on the one hand, the participation of the intermediary import products is big, and on the other hand, their export is mostly concentrated on one or few products. The response of the monetary policy to the effect of the external shocks depends crucially on several circumstances such as: the type of external shock, the duration of external shock, the preferences of the policy holders, the time distribution of the effect of the monetary policy, credibility etc.

In the macroeconomics new consensus on the monetary policy is settled: high stability in prices as a base priority of the monetary policy; zero inflation rate is undesirable, because it makes the structural adjustment of the economy difficult and creates inefficient monetary policy in the time of the depression; the political independence of the central bank vis a vis the government and its credibility and accountability are an important assumption for maintaining of a low inflation rate; monetary policy based on the rules is preferred over discretionary monetary policy and the central banks with more independence vis a vis political authorities with monetary policy founded on the rules could solve the problem of inconsistency of the policies over time.

Namely, on the one hand new theories of business cycles emerged: business cycles determined by the unanticipated changes in the money supply, i.e. monetary surprise, the theory of real business cycles, business cycles determined by political elections.

Over the last few years these changes and breakthroughs of the contemporary macroeconomics have contributed to an increase in the number of scholars of this sphere who believe that the monetary policy should be founded on

long-term rules, although part of the most controversial ones continue to exist and they are subject to further discussion.

Nevertheless, it seems that regarding the possibilities, the limits and the efficiency of the monetary policy, the macroeconomists today are closer to consensus, than they were twenty or thirty years ago.

This kind of turning point in the monetary policy is connected to the latest discussions in the theory on further crucial questions:

- 1) The only purpose of the monetary policy is stability of prices and equilibrium of balance of payments and should this purpose be the only one (the balance and the stability of the exchange rate), i.e. just to complement the relation income – expenditure for regulation of the employment, economic growth and regional (structure) development;
- 2) What is the nature of the monetary process and the domain of operation of the monetary policy regarding other regulative measures of the economic policy;
- 3) In a strategic performance, what are the limits of the functioning of that policy and every economy should take responsibility for those limits when certain measures are implemented, i.e. when there is an upheaval in the general orientation, i. e. to deliberately regulate money flows.
- 4) To what extent the monetary policy could be a factor of initiating development, and to what extent could be a factor of initiating inflation;
- 5) What is the mechanism of transmission of the monetary operation in the economy;
- 6) Which instruments of the monetary regulation are more efficient in certain phases of the development of the economy, which are less efficient –especially when choosing strategy of the monetary policy.

The monetary- credit policy is a relative category that has its content and meaning only if it is considered together with the objectives of the other sectors of the economic policy and it is successful only when the measures of the monetary–credit policy are complementary and well-timed with the measures of the other sectors of the economic policy.

The modern macroeconomic theory starts from the assumption of the indispensability of the state intervention in the economic mechanism in order to remove: a) the inflation or the general increase of the prices, i. e. market-monetary instability, b) massive unemployment and low level of national income and c) to ensure sufficient high rate of growth and a structure of development of the economy.

Because the economy is a very complex dynamic system with numerous reflexive correlations , it is not possible to find a solution for the economic stabilization using a control mechanism that will constantly hold it in a dynamic stability or will bring it back in this kind of a position, and because of that, there is a necessity of integrating the policies.

The monetary policy is part of the instruments of the general economic policy whose primary objective up until recently was regulating only the necessary money supply in the economy.

Thus, creating and withdrawal of money with the objective of free development of the process of production, distribution and consumption is the primary role of the monetary credit policy. It needs to ensure optimal monetary conditions for normal development of the actions of extended reproduction.

However, by adopting the policy of “ active money” and using money as a means of accomplishing certain developing and other objectives in the economy , the monetary policy gets other numerous tasks. Foremost with its selective operating on certain forms of production, consumption (connected to deficit financing) especially affecting the import, it significantly affects the structure, the time and the stability of the economic development.

The monetary policy commonly attaches to the movement of the social product. The character of the monetary policy is determined by the relation between the rate of increasing the social product and the money supply.

Namely, if the increasing rate of the money supply is greater than the increasing rate of the social product in that period, an expansive monetary policy is conducted, and if it is lower, then a restrictive money policy is conducted.

With a monetary infusion in the economy through an expansive monetary policy in the struggle against recession and crisis, as well as with the other complementary measures of the macroeconomic policy, the aggregate demand can be increased relatively fast and easily and for a short period of time, leading to balancing the aggregate demand and supply. However the stability and the balance cannot be sustained without economic growth in a long term, and as a result of that, there is an increase of the aggregate supply, and also an adequate actuality in the balance of payments.

All of this needs to be taken into account when it is approached to an expansive monetary policy and creating primary money and money supply over the balance level (objectively necessary amount of money).

Contrary to the expansively conducted monetary policy, the contractionary policy needs to diminish the money supply in circulation by hardening the conditions of crediting and by other instruments that are restrictively set.

There is a policy of expensive money i.e. commonly said, a restrictive credit policy.

The sterilization of the excess of money, by limiting the increase of credits of the banks, should diminish the purchase power of the population that will lead to overheating the demand. The increase of money demand must be adjusted to the increase of GDP. The limiting of the bank credits and the restrictive policy of the open market are the ones that have a crucial role in controlling of the inflation. The decreasing of the public consumption and a moderate growth of personal demand should lead to calming the conjuncture. The restrictive monetary policy needs to ensure strengthening the foreign currency reserves and the policy of stable exchange rate.

The attempt of getting a financial stability exclusively through limiting the global money demand probably will lead to a greater loss in the increase rate and the employment.

The general credit restrictions, that are anti-inflationary directed, in most cases do not lead to stability, but they regularly affect the growth rate, so they should be administered carefully and in defined dosages.

Steady and rightly dosed contractionary policy of money and credits should lead to decreasing or removing the inflationary process, though the chances in theory and reality are very small when it comes to modern inflation. The problem of contractionary policy is that the decreasing of prices reacts not flexibly enough on the decreasing of money supply and the purchase power demand and that should be an assumption for greater efficiency in this policy.

To put it simply, the essence of this concept illustrated in the example of the monetary policy can be seen in the following: the government and the central bank are determined on maintaining a low level of inflation, in the interest of all the citizens and to declare that to the public. Thus, the participants in the economic life expect high price stability (low inflation rates), and therefore there will not be a demand for a pay raise and increasing the prices of the other inputs of the production (raw materials, energy and so on) That is good for the businesses.

But in this case the government and the central bank can be tempted to increase the inflation rate through a more liberal monetary policy so that they can decrease the unemployment temporarily. But, thanks to the rational expectations, the participants of the economic life will quickly realize the intentions of the government and the central bank and they will adjust their behavior to the new situation.

The expectations of higher inflation (increase of prices) will be inserted in the prices of the products and services by the managers, and the employees will ask for a pay raise. With the pay raise, the employment will return to its earlier level. Obviously, because of the inconsistency of conducting the economic policy through time (the bearers of the economic policy stated low inflation rate but later they were not consistent and they abandoned that kind of policy), the announced policy of low inflation loses its credibility, and also the credibility of the institutions, which are in charge of implementation of the announced policy, is diminished.

The theory of determination of the business cycles by the political elections starts from two general assumptions: **firstly**, the voters have short memory and are strongly affected by the economic situation right before the elections, and **secondly**, the government knows how to use the monetary and the budget policy that will cause recession. However, before the beginning of the next elections, the government will lead an expansive monetary and budget policy and it will succeed in increasing the production and the employment for a short period of time.

The voters will think that the government has succeeded in putting the economic situation under control, and because of that they will entrust it a mandate. The common congruence of the length of the economic cycle (4-5 years) with the election process is used as an argument for the validity of this theory. In addition, a greater flexibility in the basic strategic acting is required from the monetary policy that in the case of using money and credits for a number of non-economic purposes is very difficult.

Today, in the monetary regulation and the monetary policy, there is a certain overturn especially under the impact of the process of the liberalization and deregulation with a transition from selective (qualitative) of the quantitative or global (indirect regulation). It is connected directly to the deregulation of the money market and the capital market.

It is considered that the change of the system of the monetary regulation will help with the increasing of the efficiency of the monetary policy regarding the goals of stabilization (the question remains open also for the goals of development and structure) and with the process of deregulation, it will provide more flexible management of the policy of managing the interest rate – that will lead to increasing of saving and more efficient investments.

The central bank is not in a position of affecting the sector formation of money supply (that is a result of distribution of income and money flow in the system), but it affects the money form insignificantly, thus the global regulation of money supply is not an important indicator for its success and efficiency and the real supply of the economy with the money supply and credits. In this case there has been a necessity of another concept for a long time.

Global and structural (selective) monetary policy must be managed only with flexibility and orientation. That means that not only the global and the macroeconomic effects are sufficient but also the structural effects of the money flow. Complete control of the credit supply is possible and necessary. The central bank should put under control or

eliminate all illegal and uncontrolled money flow and without this, the management of efficient and controlled monetary policy is not possible.

Despite that, the basic channel of primary emission is the credits of the state and foreign exchange transactions. It is not possible to manage efficient monetary policy through this flow when there is a great deficit of the balance of trade, while the foreign exchange reserves are created exclusively from the transactions with the population sector. Holding the control of the money supply leads to unfavorable sector structure (greater growth of cash in the sector population, thus less efficient monetary policy).

CONCLUSION

The basic question that is commonly asked in the managing of an active monetary policy is to what extent the monetary factors within the rest of the development factors can affect the economic growth, i. e. to what extent they can be stimulators or limiting factors for the optimization of economic development. The reasons for this is the fact that in the monetary theory the consideration of the role of money and credits changed greatly- from money and credits as basic instruments in the regulations of economic flow and the means of stabilization, to rejecting the belief of an active role and the common disbelief in the efficiency of the monetary policy in the regulation of real economic flow (production, investments, employment, export, import, growth of the gross domestic product etc.)

What remains to be done is to confirm the answers to the questions.

The monetary policy has great limitations in accomplishing the defined objectives as well as in the operational managing and the choice of measurements and finally the expected effects. It is about several basic limitations which narrow the range of operating of the monetary policy:

- 1) Balance of payments flows and change of foreign exchange reserves (creation of money and capital);
- 2) Great participation of import and export in the economy (openness of the economy) which fundamentally changes the relations of the domestic commodity market (supply of goods and services) and the money market.
- 3) The structure of GDP and the dominance of financial services, trade and so on which mostly are not affected by the acting of the monetary and credit policy;
- 4) The structure of money supply M1 is under the dominant influence of the distribution, a separate participation of the public sector (taxes, expenses, fees, customs, and public debt) and the sector population.

The sector scheme, and also the amount of money supply are under the dominant influence of the exogenous factors on which the monetary policy cannot act upon.

The money flow is created ex post under the effect of the above-mentioned factors. . Efficient instruments of the monetary policy cannot be built on a completely distorted composition of the function of the total consumption and demand and to determine and apply a correlated adjustment of the prices of the factors (salaries, interest rates, exchange rates, amortizations) they must be reciprocally nullified or mutually stimulated.

It could be clearly seen how firm the influence of the monetary policy is, and thus its efficiency in accomplishing the defined goals.

The central bank must decrease the influence of those limitations, and together with the commercial banks, they must focus the credit policy and the other instruments on the economy sector. Prepared erupted changes in the monetary –financial flows are necessary but also in the conjuncture of the small open economies (because without development all the above-mentioned measures would mostly have short-term effects

The macroeconomics that is in unfavorable surrounding and financial disagreement it must be reoriented from a concept that is deflationary -crises to a concept that is offensively developing.

REFERENCES

- [1] Komazec Slobodan, Monetarna politika, stabilnost i ekonomski rast, pp.273-310, Asterix and Obelix Zemun, 2010.
- [2] Komazec Slobodan, Zarko Ristic, Monetarna i fiskalna strategija, pp. 254-272, Beograd ,ABC-Glas, 1992.
- [3] Kirovic Milutin, Novac i stabilizacija, Savremena administracija, pp. 67-68, Beograd, 1982.
- [4] Tihomir ,Jovanovski, Zarko Ristic, Monetary and fiscal economy, pp.29, Belgrade , 1986.

**MURABAHA-CONTEMPORARY BANKING TREND WITH LIMITED USAGE IN
THE MACEDONIAN FINANCIAL SYSTEM**

Nada PetrushevaFON University – Skopje, Republic of Macedonia, nada.petrusheva@fon.edu.mk**Metin Akiti**FON University – Skopje, Republic of Macedonia, metin.akiti1@fon.mk

Abstract: Interest-free banking system also known as Islamic banking, represents a system, different from the conventional, with instruments and mechanisms which perform the same function as classic credit-saving instruments. An important feature that separates interest-free concept from standard banking is: *to preserve the main Islamic principle, which is the exclusion of interest in every possible form.* In that direction, Islamic bankers created instruments that fit the interest-free concept.

Many of interest-free credit instruments, over the last years, are increasingly used also by commercial banks, especially trade-based instruments, of which the most widespread and most used is Murabaha. The philosophy of its functioning is the exclusion of interest and its replacement with trading-mode of operation so the bank will not approve classic loans that need to be repaid, upgraded with interest, as is the case with commercial loans. In contrast of that, the bank will buy the asset due to which costumers requires a loan, and then sells the same asset to the costumer with higher (mark-up) price. The price is known in advance and does not change until the end of contract. Thus, costumers are protected from the risk of changing interest rates, which otherwise can affect the amount of debt and their ability to repay, but also have greater foresight about total costs for the loan.

The use is not limited only to Islamic banks. Murabaha is popular and can be found as a financial instrument also in commercial banks, beyond the borders of Islamic countries. However, the success in implementing such banking practices varies from state to state, due to a number of obstacles in the tax regulations. Especially, VAT (value added tax), which causes double taxation for Murabaha financial instrument.

Keywords: interest-free banking system, islamic banking, exclusion of interest, interest-free instruments, murabaha, obstacles in implementations, VAT (value added tax)

**МУРАБАХА-СОВРЕМЕН БАНКАРСКИ ТРЕНД СО ОГРАНИЧЕНА УПОТРЕБА
ВО МАКЕДОНСКИОТ ФИНАНСИСКИ СИСТЕМ****Нада Петрушева**Универзитет ФОН - Скопје, Република Македонија nada.petrusheva@fon.edu.mk**Метин Акити**Универзитет ФОН - Скопје, Република Македонија metin.akiti1@fon.mk

Резиме: Бескаматниот банкарски систем познат и како исламско банкарство, претставува систем, различен од конвенционалниот, со инструменти и механизми кои ја вршат истата функција како и класичните кредитно-штедни инструменти. Важната карактеристика која го одвојува бескаматниот концепт од стандардното банкарство е: *да се запази главниот исламски принцип а тоа е исклучување на каматата во секоја нејзина форма.* Во таа насока, исламските банкари создадоа инструменти кои одговараат на концептот.

Многу од бескаматните кредитни инструменти, во последните години, сè повеќе се користат и од страна на комерцијалните банки, особено инструментите засновани на продажба, од кои најраспространетиот и најмногу користен е Мурабаха. Филозофијата на неговото функционирање е исклучување на каматата и нејзина замена со трговски модел, така што банката нема да одобрува класични заеми, кои треба да бидат вратени оплодени со камата, како што е случај со комерцијалните заеми. Наспроти тоа, банката ќе го откупи средството поради кое клиентот побарува заем и потоа ќе го продаде на клиентот по повисока цена која однапред е позната и која не се менува до крајот на траење на договорот. На тој начин, клиентите се заштитени од ризикот од промена на каматните стапки кои инаку може да влијаат на висината на долгот и на нивната способност да го сервисираат, но исто така имаат и поголема предвидливост за вкупните трошоци.

Употребата на Мурабаха, не е ограничена само на исламските банки. Популарен е и може да се сретне како кредитен инструмент и во комерцијалните банки надвор од границите на исламските држави. Сепак, успешноста во имплементирањето на таквата банкарска практика се разликува од држава до држава, поради низа пречки во даночната регулатива. Особено Данокот на додадена вредност, кој предизвикува двојно оданочување на Мурабаха финансискиот инструмент.

Клучни зборови: Бескаматен банкарски систем, Исламско банкарство, Исклучување на каматата, Бескаматни инструменти, Мурабаха, Пречки во имплементација, ДДВ

ВОВЕД

Банките како најзначајни финансиски институции се наоѓаат во процес на перманентни иновации. Иновациите се однесуваат како на начинот на функционирање (воведување нови технологии, интернет и мобилно банкарство) така и на видот на услугите кои се нудат.

Потребата за иновации, условена е со појавата на интензивната глобализација и наднационалната конкуренција во банкарската индустрија. Тоа придонесе за развој на современи банкарски трендови, кои што банките треба будно да ги следат. Еден од современите трендови е и бескаматното банкарство или т.н. *interest-free* банкарството кое својата деловна филозофија ја гради на постулатите на исламската религија. Разликата со комерцијалното банкарство е во тоа што, каматата како цена за капиталот се исклучува од сите инструменти (штедни и финансирачки). Таквото функционирање подразбира целосно различен концепт од оној што го нудат комерцијалните банки.

Мурабаха е најпосакуваниот и најмногу применуван инструмент на финансирање од страна на бескаматните банки, чија што филозофија се заснова на концептот на продажба. Денес покрај тоа што се среќава како значаен инструмент на бескаматните банки, често се среќава во активата и на меѓународно активните комерцијални банки. Сепак неговата примена во секуларните финансиски системи, повлекува низа проблеми кои ја ограничуваат слободната примена.

1. МУРАБАХА (ТРОШОЦИ-ПЛУС)

Во бескаматното банкарство Мурабаха се користи како финансиски модел, супститут на конвенционалниот кредит, преку механизам заснован на продажба. Финансискиот инструмент не подразбира одобрување парични средства, кои што потоа ќе бидат искористени според потребите на клиентот, ниту пак претставува наменски кредит. Се работи за продажба која е одложена за иден период и која вклучува елементи на трошоци-плус механизмот. Тоа може да се претстави на следниов начин:



1. Клиентот има потреба од одредена X стока
2. Ја контактира банката и ја известува за X стоката, исто така се информира за трошоците-плус кои ќе бидат додадени на набавната вредност
3. Доколку се договорот, банката ја купува X стоката од продавачот, по цена која исто така е позната и на клиентот (купувачот се обврзува да ја откупи стоката)
4. На набавната цена банката го додава износот на профитот (трошоци-плус на набавната цена)
5. Банката ја продава X стоката на клиентот

Во основа се работи за модел во кој одреден предмет/стока се продава по набавна цена која што се зголемува за некој износ на профит. Претходната слика илустрира дека банката е таа која што го извршува купувањето и потоа истото го препродава на клиентот, кој не е во можност да го финансира купувањето. Овој инструмент претставува типична трговска трансакција а не трансакција во која се негува принципот правење пари-од-пари. Тука, банката прави услуга за својот клиент, меѓутоа не со одобрување парични средства кои покасно треба да се вратат оплодени со камата. Банката заработува со вршење на препродажба, што секако не претставува камата.

Двете главни карактеристики на мурабаха моделот се:

1. Мурабаха финансирањето не претставува кредит кој акумулира камата, туку продажба на предмет/и за парични средства+профит, рака-на-рака или одложено (на рати или еднократно)
2. Постои обврска на продавачот да ги прикаже трошоците и профитот, постои обврска на купувачот, предметот/ите да ги откупи од банката, доколку претходно се согласил на условите.

Со други зборови, банката не одобрува ненаменски парични средства на заемобарателите, како во комерцијалните банкарски инструменти. Бескаматната банка го купува предметот од трета страна и потоа го продава на клиентот по однапред утврдена цена. Вака поставениот модел во бескаматниот банкарски систем зазема голем удел и тоа околу 66% од вкупната активност. Практично, мурабаха, претставува краткорочен механизам, меѓутоа може да се користи и за финансирање куќи, станови, автомобили и сл, каде што отплатата се врши ануитетно во зависност од можностите на клиентот, таквиот видоизменет механизам на Мурабаха може да се сретне под називот “Bay Bithaman Ajil” или продажба со одложено плаќање, од што заклучуваме дека може да се користи и како среднорочен и долгорочен кредитен механизам.

Практично ја има истата функција како и стандардниот заем, разликата е во тоа што клиентот има поголема сигурност во поглед на отплатата затоа што договорената цена не може да се менува во текот на траењето на договорот, што не е случај за стандардните кредити, исто така клиентот не може да добие парични средства, туку мора да ја дефинира потребата а банката е таа која ќе го изврши купувањето.

Мурабаха претставува привлечен и неконвенционален кредитен механизам кој на клиентите им внесува повисока доза на сигурност и токму тоа е причината поради која комерцијалните банки го вклучуваат во својата актива. Сепак воведувањето на Мурабаха во понудата на комерцијалните банки е ограничено. Скоро во секоја држава со каматно уредуван финансиски систем, во кој спаѓа и македонскиот финансиски систем, Мурабаха се соочува со пречки првенствено поради Данокот на додадена вредност.

Со пример:

Клиент Н.Н. сака да купи машина во износ од 1000€, од Трговецот А, кој има склучено договор со банката, за користење Мурабаха-кредит со период на отплата од 24 месеци. Разликата со конвенционалниот наменски кредит е во тоа што банката не ги префрла парите на трговецот, туку банката ја купува машината по цена од 1000€ и станува нејзин законски сопственик, потоа ја продава на клиентот по повисока цена(mark-up) пример 1062€ (фиксна и однапред позната) . Според овој пример банката користи кредитен модел базиран на трговија.

Се поставува прашањето, како данокот на додадена вредност претставува проблем за вклучување на Мурабаха во активата на комерцијалните банки? За да биде појасно ќе ги наведеме двата клучни членови од законот за ДДВ:

- Во законот за ДДВ член 23, државата предвидува даночно ослободување на Банкарскиот и финансискиот промет
- Според Дел IV од истиот закон, Банкарскиот и Финансискиот промет се ослободуваат од обврската за ДДВ но без право на одбивка на претходниот данок.

Проблемот се јавува во следново: мурабаха кредитниот механизам се базира на трговија, тоа значи дека банката е таа која го купува посакуваното средство за потоа да го продаде на клиентот. Банката како купувач во целост ја плаќа цената наведена од страна на продавачот и тоа:

- 847,46 € цена на машина
 - 152,54 € ДДВ 18%
- } =1000€ вкупно

Според дел IV од законот за ДДВ, банките немаат право на одбивка на претходниот данок, за средството што го купиле, во случајов 152,54€, затоа цената на чинење мора да ја формираат на основицата од 1000€. Одлучена е фиксна mark-up цена од 62€ или клиентот вкупно да плати 1062€(за 24 месеци по 44,25€ месечна рата). Според законот за ДДВ член 23, банката сега се соочува со друго ограничување, имено прометот од повторната продажба на машината на клиентот (1062€) не може да се категоризира како банкарски и финансиски промет туку како промет од продажба на стоки и поради тоа обврзана е повторно да пресмета ДДВ на износот од 1062€ или тоа е 191,16€ со што вкупната цена на машината при продажбата од банката на клиентот ќе изнесува 1253,16€ или месечна рата од 52,21€(за 24 месеци)

2. ДДВ-АНАЛИЗА ЗА МУРАБАХА СПОРЕД МОМЕНТАЛНАТА ПОСТАВЕНОСТ НА ЗАКОНОТ

Банката дејствува во функција на трговец, купува средство/предмет, ја надоградува цената со профит-плус и потоа истото средство го продава на клиентот.

• При првото купување на машината, банката плаќа 1000€ (847,46€ цена на предметот + 152,54€ ДДВ18%) но процесот не завршува тука.

• Банката го продава средството/предметот по цена од 1062, но со оглед на тоа дека не постои можност за поврат на платениот данок и дека овој тип на промет не потекнува од групата банкарски и финансиски промет ослободен од ДДВ, потребно е при продажбата повторно во цената да се пресмета износ на ДДВ или:

- $1062€ \times 18\% \text{ ДДВ} = 191,16€$

- Вкупна цена = $1062€ + 191,16€ = 1253,16€$

• Клиентот за мурабаха-кредит од 1000€, ќе плати вкупно (кредит+профит+ддв) 1253,16€, односно повеќе одколку да користи конвенционален кредит (1062€), иако банката реално повторно заработува само 62€

Тоа за банката допринесува до појава на следниве импликации:

- Според Дел IV од истиот закон за ДДВ, Банкарскиот и Финансискиот промет се ослободуваат од обврската за ДДВ но без право на одбивка на претходниот данок, односно не постои можност банката да го пребие данокот од 152,54€ платен при купувањето на средството бидејќи тоа не е средство кое што банката го користи во нејзината дејност. Притоа мора да плати повторно ДДВ при продажбата на истото средство затоа што прометот од таа продажба не претставува Банкарски и Финансиски промет.

- Државата за истото средство ќе добие 343,7€ (152,54+191,16€) по основ на ДДВ, иако реалниот износ кој треба да биде уплатен изнесува 163,70€ (18% од 909,45€). Тоа значи дека исламска банка, па дури и конвенционална банка-islamic window, при користење на мурабаха механизмот ќе се соочи со двојно оданочување и повисока цена која дејствува обратнопропорционално со конкурентноста, и како што е поставен системот, за 1000 евра мурабаха кредит, банката повратно ќе добие 1062€ но клиентот ќе треба да плати 1253,16€, тоа практично покажува дека мурабаха кредитниот модел според моменталниот закон за ДДВ претставува поскапо решение одколку да се користи комерцијален наменски кредит.

Ако пак клиентот се одлучи за класичен кредитен заем (наменски кредит) состојбата ќе изгледа на следниов начин:

Клиент Н.Н сака да купи машина со користење наменски потрошувачки кредит (конвенционален) од 1000€ со каматна стапка 5,84% на две години, преку Трговецот А, со кој банката има склучено договор или за две години вкупно 1062€ (44,25€ месечно). Според карактеристиките на овој кредит, клиентот не добива пари, туку тие се префрлаат директно до трговецот со кој банката има склучено договор. Во овој случај банката не учествува во трговската трансакција помеѓу продавачот и купувачот и се јавува во улога на финансиер, додека пак клиентот се јавува како последен потрошувач кој го сноси данокот, пресметан од страна на трговецот.

- Банката не го купува средството поради кое клиентот бара кредит, туку според договорот побаруваните средства ги префрла до трговецот А во износ од 1000€, што значи дека не учествува во трговската трансакција

- Трговецот му го продава средството на клиентот Н.Н. (847,46€ цена на машина + 152,54€ ДДВ)

- Постапката на трговецот завршува, клиентот се јавува како последен потрошувач и процесот на ДДВ престанува

- Клиентот на банката ќе треба да и врати 1000 евра + 5,84% годишна каматна стапка за 24 месеци или 62€. Вкупно 1062€)

3. ГЛАВНИТЕ РАЗЛИКИ ПОМЕЃУ КЛАСИЧЕН ЗАЕМ И МУРАБАХА

При користење на Мурабаха кредит, банката учествува во трговската трансакција, односно се јавува во улога на купувач и го плаќа ддв-то заедно со цената.

1. Понатаму, финансискиот и банкарскиот промет не подлежи на ДДВ и затоа банката не може да бара поврат на износот кој претходно го платила.

2. Повторната продажба на средството на клиентот, претставува промет од чисто трговска трансакција и не влегува во класификацијата за финансиски и банкарски промет. Бидејќи само таквиот промет се смета за ослободен од обврската и поради тоа, банката мора повторно да пресмета ДДВ што крајно го зголемува заемот што клиентот треба да го враќа.

При користење класичен наменски кредит, банката не го купува средството поради кое клиентот побарува заем. Банката само ги префрла средствата до трговецот и од клиентот побарува 1000€ со 5,84% камата годишно а бидејќи таквиот промет претставува банкарски и финансиски промет, истиот не подлежи под обврска за ДДВ и клиентот вкупно ќе плати 1062€ за кредит од 1000€.

ЗАКЛУЧОК

Мурабаха претставува одлична кредитна алтернатива за клиентите кои бараат повисока сигурност и предвидливи трошоци на должничките аранжмани со однапред дефинирани фиксни месечни рати, меѓутоа тековниот Закон за ддв, предизвикува двојно оданочување кое ја зголемува цената. Од една страна за клиентите тоа значи повисоки трошоци а од друга страна, за банките, пониски профити, со што се делува дестимулирачки во двата правци. Единствен добитник во таквата ситуација е само државата поради дуплирањето на платениот данок, што не е пракса ниту цел на Данокот на додадена вредност. Решението лежи во измена на законот за ДДВ со признавање на прометот од трговско-кредитните аранжмани во склоп на Банкарскиот и финансиски промет за кој не се плаќа ДДВ, или пак за првото купување на средството/та, банката да може да го поврати платениот данок. На тој начин конвенционалните и бескаматните банкарски модели базирани на трговија, ќе се изедначат во поглед на даночниот третман од аспект на ДДВ. На тој начин, банките ќе можат да ја збогатат понудата на финансиски услуги, воедно ќе бидат во чекор со глобалните збиднувања во индустријата. Се разбира, ДДВ-то не претставува единствениот ограничувачки фактор за вклучување на Мурабаха во понудата на банките, меѓутоа неговите ефекти директно ја зголемуваат цената, поради тоа, банките повеќе се насочуваат кон инженеринг и модификација на веќе постоечките финансиски инструменти а го избегнуваат воведувањето неконвенционални модели, иако постои потенцијал за нивно искористување.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

- [1] Usmani, M.I.A., (April 2015), “Islamic Finance-Revised&Updated Edition of Meezan Bank’s Guide to Islamic Banking ”, Maktaba Ma’ariful Quran, Karachi, Pakistan.
- [2] Закон за данокот на додадена вредност–Службен весник на Република Македонија број 177/2014
- [3] Sharia Advisory Council, Resolution, BNM/RH/STD/028-4 of 23 December 2013, Resolutions of Shariah Advisory Council of Bank Negara Malaysia, pp.13/43.
- [4] Mervyn L., Latifa A., (2001) “*Islamic Banking*”, Edward Elgar Publishing, Inc, Northampton, USA
- [5] Usmani, M.T.,(1998), “*An Introduction to ISLAMIC FINANCE*”, Arham Shamsi 2000, Karachi
- [6] Акити М.,(2018), “Можности и ограничувања на исламското банкарство и негова алтернативна примена во финансискиот систем на Македонија” (Магистерски Труд)

CONTROL AND MAINTENANCE OF THE ACCOUNTING SYSTEMS

Husnija Bibuljica

University “ Haxhi Zeka”, Faculty of Business, Peja, Kosovo, husnija.bibuljica@unhz.eu

Abstract: One of the tasks of business entity is building and creating the information system, because in today's business environment is more than ever necessary to make proper and good quality business decisions. If we were a business decision and as efficiently as it is necessary that a business entity you easy distribution of your information in several parts. Therefore, this paper will therefore be focused on the concept of accounting information system as a part of total complex information systems. Upon the basis of the focus will continue to be words on the complexity of accounting system and also the mains functions of their management or managing business information within the system. While in the last part will be discussed in relation to maintain and control of one accounting information system because the system itself requires appropriate controls with adequate maintenance.

Keywords: Accounting information system, Managing, internal controls, Functionality, Maintenance, Information, Decision.

KONTROLA I SISTEM ODRŽAVANJA RAČUNOVODSTVENOG SISTEMA**Husnija Bibuljica**

Univerzitet “ Haxhi Zeka”, Fakultet Biznisa, Peć, Kosovo, husnija.bibuljica@unhz.eu

Abstrakt: Jedan od najvažnijih zadataka jednog poslovnog subjekta jeste izgradnja i kreiranje informacijskog sistema, jer u današnjem turbulentnom poslovnom okruženju više nego ikad je potrebno donijeti ispravne i kvalitetne poslovne odluke. Da bi te poslovne odluke bile što efikasnije potrebno je da poslovni subjekt raspodijeli svoj informacijski sistem na nekoliko dijelova. Stoga dakle ovaj rad će biti fokusiran na koncept izgradnje računovodstvenog informacijskog koncepta kao sklopa totalnog informacijskog sistema. Po na osnovu fokusa na dalje će biti riječi o složenosti u primjeni računovodstvenog sistema kao i glavnim funkcijama njihovog upravljanja odnosno menadžiranja i donošenja poslovnih odluka unutar sistema. Dok u zadnjem dijelu će biti riječi u vezi održavanja i kontrole jednog računovodstvenog informacionog sistema, jer sama funkcionalnost sistema zahtjeva primjerenu kontrolu i adekvatno održavanje.

Ključne riječi: Računovodstveni informacioni sistem, Menadžiranja, Interna Kontrola, Funkcionalost, Održavanje, Informacija, Poslovna odluka

UVOD

Postoje različiti pristupi pri definisanju menadžmenta informacionih sistema: Robert T.(2003:23) definiše MIS kao određeni skup metoda, postupaka, resursa oblikovanih tako da se potpomogne postizanje nekih ciljeva. Brush i Strater (2008) , definiše IS kroz četiri komponente i to : 1)operacije obrade podataka;2)metode obrade podataka, računar,odnosno tehnologija; 3) systemska analiza i 4) tehnika modeliranja; Alex N.(2008) smatra da je IS sveukupnost svih informacionih procesa u preduzeću.Grupa autora smatra da je MIS skup ljudi i opremom koji po određenoj organizaciji i metodama obavljaju prikupljanje, prenos, obrada, čuvanje i dostavljanje podataka i informacija na korišćenje.Seres S. za MIS kaže da je to sistem koji je u mogućnosti da saopšti informaciju knjizi “Organizacija IS” – IS se definiše kao sistem koji obezbjeđuje neke informacije o tom sistemu. B.Orlovic (1998) pod MIS podrazumijeva sistem koji funkcioniše po principu povratne sprege, omogućava da se sistemom upravlja ne samo pomoću očekivanog, nego i na osnovu njegovog stvarnog ponašanja. Is je kompleksan sistem i predstavlja osnovu za svjesno djelovanje čovjeka u proizvodnim i drugim procesima.On se sastoji iz niza nadređenih i podređenih informacionih sistema tj. elemenata, i ne može imati striktno i određeno definisano ponašanje.MIS je otvoren sistem i ne može se poistovjetiti sa računarom tj. automatskom obradom podataka.MIS obuhvata sve informacione djelatnosti i koristi raznovrsne matematičke i druge metode. IS se sastoji iz tri međusobno povezana djela: 1) Informacija, tj. informacione baze; 2)kvantitativnih drugih metoda, modela, tehnika koji se koriste pri komunikaciji; 3) tehničkih i drugih sredstava za prikupljanje, obradu, prenošenje i sintezu informacija. [1]

1. OSNOVNE FUNKCIJE I AKTIVNOSTI MIS-a

Postoje dvije osnovne funkcije MIS, a to su: funkcija informisanja i funkcija dokumentacije. Funkcija informisanja – ostvaruje se sa svrhom da se korisnicima obezbijede adekvatne informacije za potrebe rukovođenja i

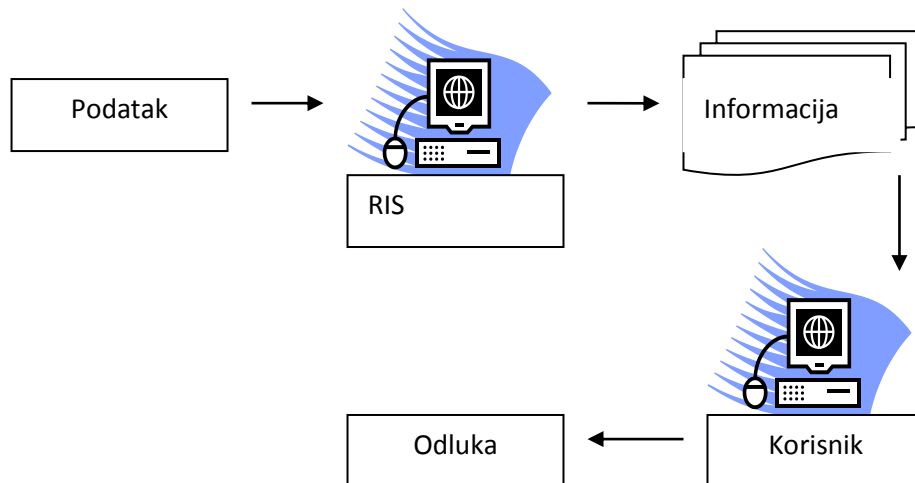
upravljanja. Ona je glavni razlog postojanja IS u samom sistemu. Funkcija informisanja treba da obezbijedi najviši stepen informisanja pri odlučivanju i upravljanju Bennett, M., & James, P. (1997). Funkcija dokumentacije – služi radi obezbjeđivanja dokumentacije radi ostvarivanja komunikacionih veza između raznih podsistema i okruženja. Ovo je posebno važno kod računarskih sistema kod kojih se automatizovano obavlja kontiranje i knjiženje poslovnih događaja.

Proces promjene podataka u informacije, zasnovan je na sljedećim aktivnostima: 1) Prikupljanje – kojim se definišu potrebni podaci, identifikuju izvori i načini prikupljanja podataka. 2) Organizovanje – kojim se uređuju, predstavljaju i formatizuju podaci za korišćenje u ostalim procesima informisanja. 3) Analiza – kojom se vrši tumačenje podataka i njihova transformacija u informacije; 4) Čuvanje – kojom se vrši njihovo skladištenje primjenom uređaja za čuvanje podataka, kao što su magnetni diskovi, trake, optički diskovi itd. 5) Obrada – kojom se vrši obrada u mikroprocesoru; 6) Primanje i prenošenje – koji se vrši transfer podataka unutar i između IS; 7) Pretraživanje – kojim se vrši prezentacija informacije iz IS. 8) Kontrola – kojom se vrši kontrola ulaza, obrade, izlaza i memorisanje podataka Beucker, S., Lang, C., Rey, U., & Orbach, T. (2002).

2. AIS SISTEM ZNAČAJ I NJEGOVA FUNKCIJE

Sistem računovodstvenih informacija (AIS) je sistem koji prikuplja, bilježi, trgovina i obrađuje podatke za izradu informacija za donositelje odluka. [2]

Ova ilustracija je prikazana na slici 1.



AIS može biti vrlo jednostavan on se bazira na računovodstvenom sistemu, također on je vrlo složen sistem koji funkcioniše preko savremenih računala i informacijskih tehnologija, odnosno sam sistem se nalazi između te dvije krajnosti pomenutih alata. Bez obzira na pristup kreiranja AIS-a on je uvijek isti, jer svaki sistem ima za cilj podrške u poslovnim odlučivanjima.

Da bi jedan računovodstveni sistem bio što pristupačniji potrebno je uskladiti niz zavisnih informacija odnosno uskladiti vezu između potreba jednog poslovnog subjekta i želje krajnjeg korisnika Marshall B. Romney & Paul John Steinbart (2006). Ovaj pristup tretira također jedan niz prikupljana podataka od strane eksperata, jedan od eksternih vidova prikupljanja podataka jeste i Internet po na osnovu kojega eksperti uvijek moraju prikupiti, unijeti, obrađivati, pohranjivati izvješća podataka i informacija da bih olakšali prije svega svoju odluku i time podstakli kvalitetnije odluke poslovnih subjekata. [3]

Stoga dakle imamo zaključak da papir i olovka ili računalo hardver i softver su samo alati koji se koristi u proizvodnju informacije jednog računovodstvenog sistema. Postoji šest komponenti AIS-a (Marshall B. Romney & Paul John Steinbart 2006:13):

1. Eksperti koji stvaraju sistem i obavljaju različite funkcije tokom testiranja samog .
2. Procedure i upute kako ručno i automatizirano, koji su uključeni u prikupljanje, obrada i pohranjivanje podataka o aktivnostima organizacije.
3. Podaci o organizaciji i poslovnim procesima .
4. Softver koji se koristi za proces organiziranja podataka pri donošenju poslovnih odluka.

5. Infrastrukturu informacijske tehnologije, uključujući računala, perifernih uređaja, mrežne i komunikacijske uređaje koje se koriste za prikupljanje, spremanje, obradu i prijenos podataka i informacija.

6. Interne kontrole i mjeraima sigurnosti koje štite osnovnu bazu u AIS-a.

Zajedno, sa ovih šest komponenti, AIS omogućava da ispuni tri važne poslovne funkcije:

- Prikupiti i pohraniti podatke o organizacionim aktivnostima, .
- Transformirati podatke u informacije koje su korisne za donošenje odluka i na taj način upravljanje može planirati, izvršavati, kontrolirati i vrijednovati aktivnosti, resursa i osoblja.
- Osigurati adekvatne kontrole i na taj način čuvati imovinu organizacije, uključujući svoje podatke kako bi se osiguralo da imovina i raspoloženi podaci budu tačni i pouzdani .

3. PREGLED POJMA KONTROLE U RAČUNOVODSTVENOM SISTEMU

U današnjem dinamičnom poslovnom okruženju, preduzeća moraju brzo reagirati na promjene tržišnih uslova. Jedan dobar način da se to učini je zaposliti kreativne i inovativne djelatnike i dati im snagu i fleksibilnost kako bi zadovoljili zahtjeve kupaca . Istovremeno kompanije trebaju imati sistema kontrole, tako da ne budu izložene riziku, prekomjernih ponašanja koje bi mogle naškoditi njihovom ugledu poštenje i integritetu.

Unutarnja kontrola je proces koji provodi odbor direktora za upravljanje i onih pod na osnovu naredbe idu ka njihovom smjeru što osigurava razumno uvjerenje da su postigli sljedeće ciljeve kontrole C., Heubach, D., & Loew, T. (2005). [4]

- Zaštita imovine, uključujući sprečavanje ili otkrivanje na pravodobno stjecanje neovlašteno korištenje ili raspolaganje materijala imovine poduzeća.

- Održavanje zapisa sa dovoljno detalja kako bi precizno i pravično odražali imovinu preduzeća.

- Davanje tačne i pouzdane informacije.

- Pružanje razumnog uvjerenja kod finansijskih izvješća koja je pripremljena u skladu s GAAP.

- Promicanje i poboljšanje operativne učinkovitosti, uključujući stvaranje sigurnog primitka i izdataka kompanije tvrtka koji su u skladu s rukovodstvom i direktorima .

- Poticanje i pridržavanje propisane menadžerske politike.

- U skladu s primjenjivim zakonima i propisima.

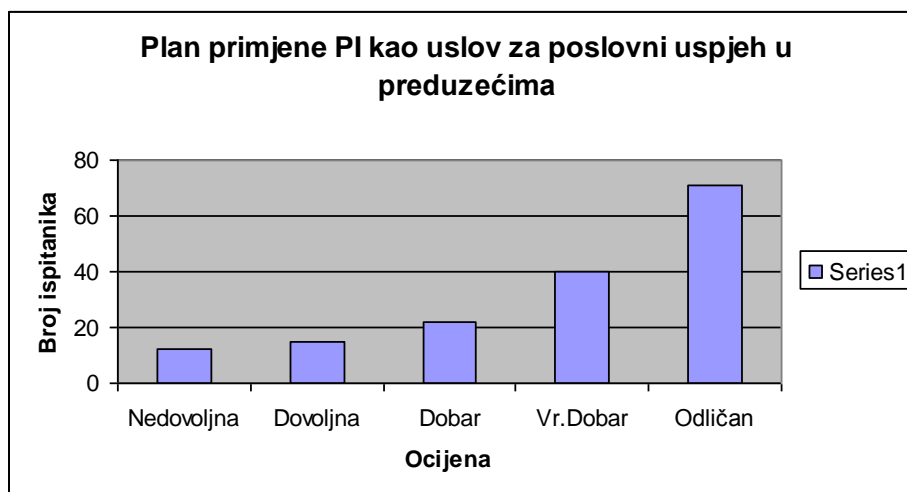


Figura 2 Plan primjene P.I. kao uslov za poslovni uspjeh informacionim sistema u preduzećima

3.1 UNUTRAŠNJA KONTROLA I ODRŽAVANJE RIS-a

Unutarnja kontrola je proces, koji se prožima u organizacionim poslovnim aktivnostima i on je sastavni dio osnovne aktivnosti upravljanja. Unutarnja kontrola pruža više razumna nego apsolutna, osiguranja, jer pruža potpunu sigurnost. [5]

Osim toga, svi sistema unutarnjih kontrola imaju inherentna ograničenja, kao što su osjetljivost na jednostavne greške i greške, neispravnih prosudbe tokom donošenja odluka. Unutarnje kontrole su ponekad u sukobu jedna s drugom. Na primjer mnogi ljudi jesu poduzeti za radikalni reinženjering poslovnih procesa tako da oni mogu imati bolje i brže informacije i poboljšanje operativne učinkovitosti.

Drugi mogu se oduprijeti tim promjenama, jer ometaju očuvanje imovine preduzeća te zahtijevaju značajne promjene rukovodećoj politici.

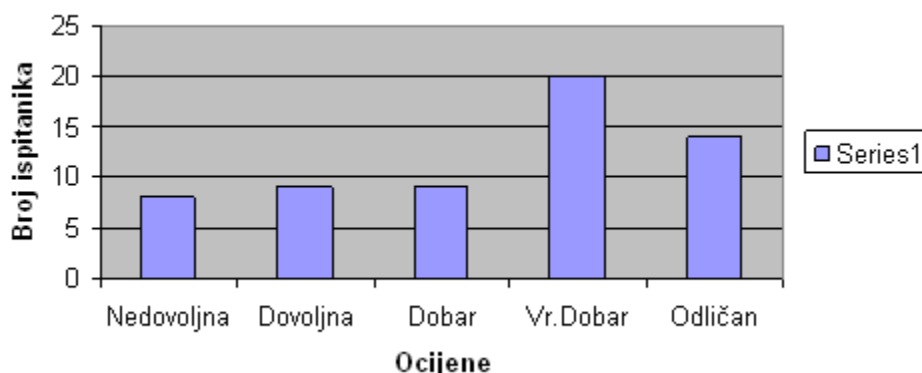


Figura 3 *Strateško planiranje informacionih sistema u Pro-Credit Bank*

Izvor: Pro-Credit bank Anual Report 2009

3.2 INTERNA KONTROLA I NJIHOVE FUNKCIJE

Interna kontrola izvršava tri važne funkcije. Preventivna kontrola ima ulogu zastrašiti probleme prije nego što se oni pojave. Unajmljivanje visoko kvalificirano osoblje računovodstva, prikladno segregating zaposlenika dužnosti i učinkovito kontroliranje fizičkog pristupa imovine, objekata i informacije su učinkovite kada se primjenjuju preventivne kontrole. Jer, nisu svi problemi koji se mogu kontrolirati što sprječava detektiv kontrole koje otkrivaju problem nakon njihovog nastanka. Primjeri uključuju dvostruke provjere obračuna i priprema banke pomirenja i mjesečne suđenje vage.

Korektivne kontrole je sredstvo za rješavanje problema kontrole koje su otkrili. Oni uključuju postupke poduzete tako da identifikuju uzrok problema nakon toga dolazi do ispravke nastalih grešaka ili poteškoća što dovodi do promijene sistema tako da budući problemi se minimiziraju ili eliminišu. Primjeri uključuju održavanje sigurnosnih kopija datoteka transakcija i master datoteka držeći se za proceduru ispravljanja pogrešaka unoska podataka, kao i one za resubmitting transakcije koje služe za naknadne obrade. [6]

Unutarnje kontrole obavljaju se često koje su odvojeni u dvije kategorije: opće kontrole primjene i kontrole. Opće kontrole su osmišljeni kako bi bili sigurni u okruženje, kontrola organizacija je stabilna. Oni se primjenjuju na sve veličine sistema iz velikih i složenih mainframe sistema kako bi klijent / server sistema na stolna i prijenosna računala sistema. Neki od važnijih opštih kontrola su upravljanje informacijskim sistemima kontrole: kontrola sigurnosti za upravljanje, IT je infrastruktura kontrole i mekša stjecanje razvoj i održavanje kontrole. Primjena kontrole sprječava otkrivanje i ispravku transakcija od pogreške i prijevara. Oni se bave valjanosti točnosti i potpunost ovlaštenja podataka zarobljenih u sistem koji obrađuje pohranjene prenose na drugi sistem Niebuhr, C., & Lang, C. (2004).

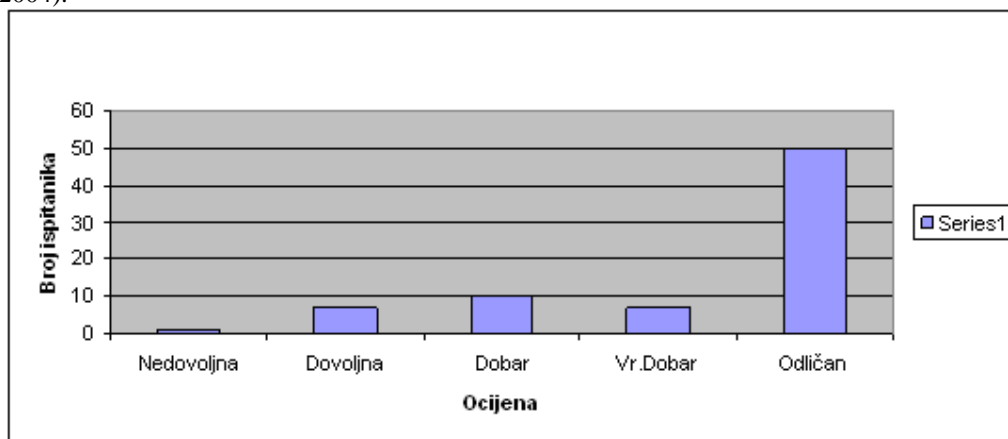


Figura 4. *Timsko planiranje informacionih sistema kontrole*

Učinkovit sistem internih kontrola bi trebala postojati u svim organizacijama koje će im pomoći da postignu svoje misije, kao i njihove učinkovitosti i profitabilnosti ciljeva, tako da smanje moguća iznenađenja na putu. Učinkovit sistem internih kontrola također može pomoći tvrtkama koji se nose s ubrzanim promjenama gospodarskog i kompetitivnim okruženjima i pomicanja zahtjeve kupaca. Nažalost nisu sve kompanije čak i onima koji bi trebali znati bolje imati učinkovit sistem internih kontrola. Na primjer, nedavno inspektor opće izvješće naznačeno da FBI pati od IT infrastrukture ranjivosti i sigurnosnih problema od kojih su neke identificiranih u reviziji 13 godina ranije Burritt, R. (2005:23). [7]

ZAKLJUČAK

Očigledno je da jedan poslovni subjekt u današnjem poslovno svijetu ne može opstati ako u njega nije izrađen prije svega jedan od informacionih sistema. Poseban činoc u informacionom sistemu jeste i sam RIS, koji omogućava jednom poslovnom subjektu, poslovnog sledbenika i daje do znanja članovima organizacije u kom pravcu treba se kretati.

Da bih jedan takav sistem funkcionisao i bio od dobiti za poslovan subjeket evidentno je da da mora postojati kontrola po na osnovu koje jedan RIS sistem može biti unapređivan po na osnovu potreba i nastalih grešaka.

Kao takav on osigurava sigurnije poslovanje i postaje pravi poslovni partner u realizaciji dobiti preduzeća kao jednog od osnovnih ciljeva. S druge strane posmatrano sa osnove funkcionalsti postoji potreba da jedan AIS uvijek bude usavršen i dati odgovor po na osnovu sadašnjih i budućih problema.

LITERATURA

[1] Bennett, M., & James, P. (1997). Environment-Related Management Accounting: Current Practice and Future Trends. *Greener Management International*, 17, 32-51.

[2] Beucker, S., Lang, C., Rey, U., & Orbach, T. (2002). Computer Aided Resource Efficiency Accounting: Assessing and Communicating Environmental Impacts and Costs along Supply Chain. In *Environmental Communication in the Information Society* (Vol. 2, pp. 438-445).

[3] Burritt, R. (2005). Challenges for Environmental Management Accounting. In *Implementing Environmental Management Accounting: Status and Challenges* (pp. 19-44).

[4] C., Heubach, D., & Loew, T. (2005). Using Software Systems to Support Environmental Accounting Instruments. In *Implementing Environmental Management Accounting: Status and Challenges* (pp. 143-168).

[5] Gayar, O. F., & Fritz, B. D. (2006). Environmental Management Information Systems (EMIS) for Sustainable Development: a Conceptual Overview. *Communications of the Association for Information Systems*, 17, 756-784.

[6] Marshall B. Romney & Paul John Steinbart (2006), "Accounting Information Systems", Pearsin Prentice Hall, New York

Niebuhr, C., & Lang, C. (2004). Exchanging Environmental Relevant Data between ERP Systems and Industrial Environmental Management Information Systems Using PAS1025. In *Sh@ring*. Geneva, Switzerland. Retrieved from

<http://www.enviroinfo2004.org/cdrom/Datas/EI2004->

[7] Haigh Nardia, & Griffiths Andrew. (2008). The environmental sustainability of information systems: considering the impact of operational strategies and practices. *International Journal of Technology Management*, 43(1)

FINANCIAL CRISIS AND INTERNATIONAL INDEBTEDNESS

Trajanka Makrevska

International Slavic University “Gavrilo Romanovich Derzhavin” makrevska_art@yahoo.com

Abstract: We are witnesses of one of the greatest financial crisis in the human history. Today we have a clear picture, figures, and greatest losers. There is not an economic activity that has not been affected by this crisis. Nevertheless, it is about a crisis of a whole system and doctrine. Whatever the final outcome is there will be deep impact on the financial system.

The experience shows that the financial crisis never appears as an isolated crisis, but it appears typically as a sector crisis that additionally spreads in the other sectors.

The economists point out that the nucleus of the world financial crisis is the so called mortgage loans. But the financial crisis started a lot earlier with the cancellation of the direct international convertibility of the United States dollar to gold (1971) and since then money emission has not been limited by anything. Thus, the dollar became a world currency, and the USA gained a status of a hegemonic force that adopted the concept of fully free market and neoliberalism with the thesis that if every financial and economic problem appeared it would be solved with an absolutely free market.

Holding on to this concept in the USA, every control and inspection regarding the behavior of the market was abolished and it was transferred to all other countries directly or indirectly through IMF and World Bank. Since the profit is higher in the financial rather than the real sector, the capital moves from the real to the financial sector. The financial sector starts to grow uncontrollably. The traditional conservative banking transforms, new institutions emerge, new financial products are created. Due to the above, the financial sector develops independently and incomparably faster than the real economy.

The growth of the financial sector and its globalization is also provided by the dynamic deregulation, the development of hard technologies – informatics and telecommunications, as well as the development of soft technologies – the financial products are getting more numerous. The financial market has become global, gigantic financial subjects, banks and others have developed and become too big to fail. As a result of the international actions for saving the financial system after September 2008 and the collapse of LIMAN BROTHERS, the huge debts that were accumulated by the bank and the private sector, were transferred to the public sector. The debts of the governments have experienced real explosion worldwide, not because of the multibillion operations for saving the banks and the corporations but because of the fall of the tax income and the increase of the public consumption that lead to global crisis.

Somewhere between the interests of the banks, blinded by the desire for easy profits, and the governments of the developing countries, led by the idea of overcoming the gap between the poverty and the opulence, the basic rules of credit analysis were neglected. The purpose of this euphoric atmosphere was supported by the international financial institutions that considered that the extensive indebtedness could stimulate the economic development.

Keywords foreign indebtedness, indebtedness ,debts, international market, monetary system , financial institutions, international liquidity

INTERNATIONAL INDEBTEDNESS

Is any economy in a certain phase of its development too indebted? Is there a risk of liquidity crisis and crisis of fulfilling the international obligations orderly? What is the price that has to be paid in the development because of drain of income and foreign currencies, for external obligations? All of these questions arise, because on the one hand most of the economists claim that a lot of countries are under the threat of debt collapse, and on the other hand the credit conditions are getting worse in parallel with the extension of crisis in the western developed economies.

Using foreign capital almost in every national economy affects the dynamics of the economic growth, changing the economic structure of the national economy, the state of the balance of payments, the level of international liquidity of the national economy, the level of stability, the level of indebtedness and also the level of economic, financial and political dependence of the national economy.

Every national economy tends to lead a policy of optimal foreign indebtedness, although it is different for every country, there is no established legality. When the optimal limit of indebtedness is determined the following factors must be taken into account: .

- Stability and sustainability of the export growth;

- Achieved level of import dependence and a possibility of decreasing the import, without any risk of increasing the difficulties in the normal functioning of the economy;
- .
- Structure of the debts regarding the terms, the interest forms of the funds and the dynamics of debt maturity;
- Possibility for new indebtedness;
- Possibility of short-term debt conversion to a long-term debt and favorable interest rate;
- Achieving new debts easily or harder depending on the existing indebtedness of the economy, its external liquidity and the trends of the world financial market.
- Political situation in the country, in the world and so on.

Starting from the fact that the macroeconomic imbalance in the national economy can be determined by the mistakes of conceiving and implementing the macroeconomic policy, and also by external i. e. exogenous changes in the conditions of the world market, the determinants of the indebtedness of the national economy can be categorized into two groups: a) internal or endogenous and b) external or exogenous.

The endogenous determinants are the following:

- Excessive personal, general and investment consumption;
- Increasing the investments beyond the level of domestic savings;
- Conduct of policy of negative real interest rates; rapid investments in the country discourage domestic saving;
- Policy of formation and maintaining an overstated foreign exchange of the national currency;
- Growth of the inflation rate in the country;
- The increased import of equipment always stimulates an increase of the export dependence of the production structure of the national economy;
- Disregard the axiom: rational foreign indebtedness of the national economy..

In the group of external (exogenous) determinants are mostly the following:

- The growth of the demand of the international capital market results in worsening the conditions of using foreign funds for investing in the national economy. If the foreign funds are needed for decreasing the hunger for funds, in this case there are unfavorable terms for using the financial investments.
- The formation and the fluctuation of the interests rates on the international capital market, especially the formation of the interbank interest rate in London (LIBOR), regarding dollars and (EURIBOR) regarding euros.
- Deterioration of the terms of the exchange on the international market of goods and services affects the production capacity of the users of the foreign funds, and it also affects their appearance on the international market and the ability to return the loans.

The problem of the external indebtedness of the developing countries is not possible to be solved outside the international monetary and financial system framework. The monetary system that was defined by Brentwood arrangement and has been corrected a couple of times with some partial reforms is not a consistent frame for solving many problems connected to international payments. Logically, it is a result of radical changes in the structure of the international monetary and financial relations that are a result of a multiple entanglement of the monetary and financial institutions.

In the contemporary academic and official literature there is a striking distinction between the monetary and the financial system. The international monetary system is defined as a collection of arrangements that specify the rights and the responsibilities of the government, regulating the relations between them and their national monetary systems. Simultaneously, the financial system is widely defined and also includes the private subjects such as the banks and the markets which they operate on. The situation today is completely changed, because the monetary authorities are not just regulators of the operations of the financial markets, but also active participants and the banks are no longer seen as regulation objects, but as equal participants in the regulation of monetary and financial relations. Thus, in an organized monetary system the autonomous competences of the monetary authorities are reduced and because of the significant effect of the markets, the cyclic and asymmetric oscillations are more frequent.

However, despite the instability and the possible risks of loss of the system of flexible exchange rates and the relative autonomy in the determination of the level of interest rates as well as the official mechanisms that implicitly mean that the monetary policy is independent, this is still a system that mainly focuses on the existing distribution of the economic forces or it is just a suitable system for the most developed economies.

Another gap in the structure of the monetary financial system that prevents acceptable solution of the problem of external indebtedness is inadequate amount of international liquidity. It is about the total deficit of liquid assets in the international payments, if their adequateness is measured with the proportion of the level of the official reserves to the extent of the world trade.

The proportion of the official reserves to the amount of import is way too unfavorable for the developing countries and if the indicator of the liquidity is corrected and treated as a proportion of reserve assets to the amount of the import that has been increased because of the burden of payment of the accumulated debt, the situation of asymmetric distribution of the liquid assets in the world financial system is even clearer.

When it comes to the indebtedness of the countries two questions arise: the reasons for the indebtedness and the danger of over-indebtedness. If it is about external indebtedness of one national economy, it is a result of the imbalance between aggregate demand and aggregate supply of the economy. The optimal level and the structure of the external debt (and with it the absorption of the foreign accumulation in the domestic production is carried out) is a result of the optimal proportion of the national consumption to the production (GDP), but also the other macro-aggregates in the economy.

The external debt and the behavior of the indebtedness is a result of the quality, the structure and the stability of the national economy. Thus, the amount and the structure of the external debt provides the additional accumulation from abroad to be seen as an active factor of the economic development, which not just temporarily fills the gap of the domestic investments and the saving, but also stimulates the efficiency and the social profitability of the investments, using internal accumulation especially in the phases when the price of the capital on the world market is extremely high. The optimal upper limit of indebtedness of an economy is reached (at least theoretically) in case of 25% of the foreign influx must be arranged in advance for payment of the foreign obligation during the year.

So far the practice of foreign indebtedness shows the following finding: the burden of indebtedness grows if the proportion of the deficit in the balance of resources to the debt is corrected to the proportion of the surplus of the transfer to the debt and it is increased by the average interest rate of the loans and it is higher than the import growth rate. If there is stability in the balance of resources and current transfers, the payment rate increases and if the growth rate of the import is lower than the average interest rate of the debts. Thus, the growth rate of the import must be higher than the interest rates of the debts if we want to avoid the problem of the payment of the debts, and at the same time the problem of international liquidity. If this is not followed, there is an inability of debt payment, which leads to debt crisis in certain debtor countries thereby in the whole world.

If we want to understand the real situation of the debt burden, the possibilities for servicing, the possibility for new indebtedness, encouraging domestic investments and production of foreign capital and so on, it is necessary to follow the real matrix of all the aggregates that decisively affect the optimal and maximal level of international indebtedness of the economy and the state, without starting debt crisis.

Does this strategy exist? The indebtedness is a turbulent process that is in the spirit of neoliberalism and the fast and great liberalization of the international trade, even the capital transactions. It is followed by an overestimated exchange rate, uncompetitive domestic production of the world market, with a credit mechanism that stimulates the demand of import goods, without stimulating the export and the developing monetary and fiscal policy.

The overestimated exchange rate significantly increases the gross domestic (inflationary) product expressed in dollars or euros, but the foreign debts are not decreasing even expressed in those currencies, thus the participating debt and debt obligation in GDP diminishes artificially.

The problem is that debt obligations gradually grow so the increase of the domestic product is not enough to service the interest rates and the debt payment. Debt obligations fully absorb the whole increase of the national product.

It is important that the growth of the economy is sustainable in the long term, and the growth is sustained if it is achieved with small external and internal imbalances. The national economy accomplishes high growth rates of the GDP and even faster growth of the income and the consumption of the citizens, and at the same time there is a high deficit in the current balance of payment and high fiscal deficit. This model of growth means that a large number of the investments and the consumption are financed by the foreign loans or foreign direct investments. The problems get even bigger if the foreign loans are used for financing the current consumption and most of the foreign investments go into the sector of non-tradable goods.

High deficit in the current balance of payment is a risk not just for the growth of the country but also for the maintenance of its public finances. The high deficit can be financed as long as there is trust in the foreign investments, and when that trust will disappear for any reason then there is an enforced decreasing of the foreign deficit, and a decrease of the private consumption, investments and GDP. The decrease of GDP automatically leads to a decrease of the tax revenue and an increase of the fiscal deficit and the national debt.

It is important that the foreign exchange of the national currency is synchronized with the other macroeconomic variables such as productivity and salaries. If the foreign exchange is not synchronized with the productivity and the payments it is difficult for the country to achieve high growth with the external deficit, whose financing depends on the world capital market.

The countries that have a flexible foreign exchange, can execute the synchronization with the policy of income, control over the domestic demand and the policy of the foreign exchange.

If the country has a high fiscal deficit it is necessary to start a consolidation as soon as possible, and the consolidation measures need to be strong enough in order to decrease the deficit to a sustainable level for a short period of time. Taking consolidation measures timely is very important when it comes to small economies that have a low credit rating, thus they do not have the potential for implementation of fiscal stimuli that are used for increasing the economy growth through increased national consumption.

It is obviously about a sequence of indicators that every economy must follow in order to lead a policy of optimal external indebtedness and international liquidity –to prevent debt crisis i.e. international insolvency. On the basis of those indicators the real indebtedness and the debt burden could be seen for the period of one year. It is about a complex dynamic occurrence that depends on many factors.

The amount of debt and its proportion to the gross domestic product does not reveal anything about the following important elements: short-term and long-term debt; the dynamics of debt maturity and the growth of national product, the level of interest rates as fixed obligations; the system of using the debts (production, non-production) and their efficiency in the economy and creating national product; the proportion of the stand-ready obligations after the debt and the growth of the national product (the amount of available foreign-exchange reserves); the amount and the deficit of the balance of trade and the balance of payment; the dynamics of the economic growth and the dynamics of the foreign debt, the possibility of a write-off of a part of the debt, the fluctuation of the capital on the world market and so on.

The proportion of the debt to the GDP does not have a great significance as an indicator for indebtedness, but the annual economy growth and the raise of the debt and the stand-ready obligations of the debt during the year indicate if the general development power of the economy is getting strong or weak or it is headed towards indebtedness.

No one could predict the direction of the crisis. But definitely there will be consequences and the only question is how serious they will be.

The regional banking sector suffers a great loss, there are more and more debts, the indebtedness is growing, and there are no funds for payment of the debts.

CONCLUSION

One of the major problems that the developing world is facing today is the high external debt.

Debt burden is a major obstacle in securing capital and future economic growth as well as main preoccupation in the field of international finances because many developing countries simply cannot pay their debts without the help from the developed countries.

The reasons for the underdevelopment of the developing countries are numerous. It is a reality that they differentiate with respect to structure and international economic limits that they are facing.

The theory and the empiric research point out that those that bring economic decisions need to alertly follow the structure of the debt and the proportion of the short-term obligations to liquid assets. With an extension of the average debt maturity the countries can decrease its crisis vulnerability. On the other hand the limits of the short-term debts are not a full remedy because in some cases the governments and the private users can have every reason to accept short-term debts.

In the debtor countries domestic policy and the structural reforms are very important in securing instant effect on the domestic policies in the overcoming the problems and the limitations set by the international surrounding.

Nevertheless, the flexibility of the domestic policy and the reaction of the offer to a large extend depends on diversification of the production structure, the previous accumulation of physical and human capital, the level of institutional and technological development, the access to markets, credits and investments.

The debt crisis is far from its end, but still it does not have a high priority to be put on the agenda. Although numerous actions have been taken for developing a strategy, the debt issue is not overcome and a lot of developing countries are still facing difficulties with the servicing of the obligations, renewing the economic growth and a sustainable balance of payment.

The academic circles and the international financial institutions have paid a lot of attention and effort for solving the problem of the external debts and the debt sustainability, but this issue remains the greatest burden for this group of countries, threatening the favorable outcome for economic growth.

The governments of the developing countries, together with the private sector, the civil associations and the donators work on creating the strategy for decreasing poverty, but there is a lack of finances for an ambitiously enough strategy to avoid the traps of poverty and to accomplish the millennium's developing goals.

REFERENCES

- [1] PhD Dragoljub Stojanov, **Megunarodne finansije u globalnoj ekonomii**, Sarajevo 2000
- [2] PhD Oskar Kovac, **Megunarodne finansije**, Belgrad 2002

- [3] Toni Cleaver, **Understanding the World Economy**, London, New York 2002
- [4] Hans Visser, **A guide to International Monetary Economics**, Third edition, Amsterdam, 2004
- [5] PhD Slobodan Komazec, **Neoliberalizam, privatizacija i finansiski kapital** Beograd 2004
- [6] PhD Tihomir Jovanoski **Megunarodni finansii**, Skopje, 2007

FINANCIAL MANAGEMENT IN ECONOMIC GROWTH OF TRANSITION COUNTRIES: IN KOSOVO WILL BE SPECIAL

Baki KoleciUniversity “Haxhi Zeka” – Peja, Kosovo, baki.koleci@hotmail.com

Abstract: The link between financial management and economic growth is a matter that is constantly being studied and discussed by various authors. The banking industry is an important source of economic development in the country, both in the private and public sectors. The lack of data for a multi-annual period remains a continuing problem for Kosovo's economy. Through multiannual data researchers and scholars will be able to draw the most accurate conclusions for transition countries. Through this study, we will show the empirical link between financial management, the banking system, economic growth in transition countries, and especially data from Kosovo. We will demonstrate through the Regression Model (OLS) and three explanatory variables: Inflation, Credit to Household Economics and Credit Enterprise, we will reach the hypothesis conclusion. The results of regression show a positive and negative correlation between financial management, credit, and economic growth. From the results obtained, lies the hypothesis: where credit to households has a negative impact on economic growth. But the hypothesis is based: where the credit of the enterprise has a positive economic growth, while the offspring turns negative with economic growth. The purpose of this work is to fill this poor gap. New and ongoing research makes data completion, delivering the most accurate results and scope for improving financial policies.

Various banking functions point to their importance for an effective and stable banking system as indispensable for the country's economy. Therefore, bank supervisors have an increased responsibility for monitoring and maintaining the healthy operation of a banking industry in a country.

Moreover, individual entrepreneurs or investors usually lack sufficient capital to continue with their projects. Commercial banks provide mediation services that unite savers and investors by channeling theoretically investment funds for uses that bring the highest rate of return, increasing the specialization and division of labor (Todaro, 2003). The neoclassical growth model tells us that an increase in effective savings investments in new and innovative projects is one of the main economic growth generators (quoted in Armenta).

The provision of credit is of utmost importance because mobilized assets can be rationally utilized, using them in the sphere of production, speeding up the reproduction process, turnover and other sectors, which are accounted for as sectors that accelerate economic development. Loans are very important and one of the main factors in stimulating economic development in the region, so the focus in the first part of this paper will be analysis of the role of loans and their impact on economic growth (credit growth in GDP), where the main interest in this paper will be Kosovo.

Keywords: financial management, banking system, economic growth and transition countries.

**MENAXHIMI FINANCIARË NË RRRITJE EKONOMIKE
TË VENDEVE NË TRANZICION: NË THEKS TË VEÇANTË KOSOVA****Baki Koleci**Universiteti “Haxhi Zeka” – Pejë baki.koleci@hotmail.com

Abstrakt: Lidhja ndërmjet menaxhimit financiar dhe rritjes ekonomike është një çështje e cila studiohet dhe diskutohet në mënyrë të vazhdueshme nga autorët të ndryshëm. Industria bankare është një burimi rëndësishëm i zhvillimit ekonomik në vend, si në sektorin privat ashtu edhe publik. Mungesa e të dhënave për një periudhë shumëvjeçare mbetet një problem i vazhdueshëm për ekonominë e Kosovës. Përmes të dhënave shumëvjeçare hulumtuesit dhe studiuesit do të mund të nxjerrin konkluzione më të sakta për vendet në tranzicion.

Nëpërmes të ketij punimi, do të tregojmë lidhjen empirike të menaxhimit financiar, sistemit bankar, në rritje ekonomike në vendet në tranzicion, në veçanti të dhenat nga Kosova. Ne do ta demonstrojmë përmes modelit regresionit (OLS) dhe tri variabla shpjeguese, inflacioni, kredit ekonomisë familjare dhe kredit ndërmarrjes, do të arrijmë në konkluzionin e hipotezave.

Rrezultatet e regresionit tregojnë një lidhje pozitive si dhe negative mes menaxhimit financiar, kredit, me rritjen ekonomike. Nga rezultatet e nxerura, hudhet posht hipoteza: ku kredit ekonomisë familjare ka ndikim negativ në rritjen ekonomike. Mirëpo mbështetet hipoteza: ku kredit e ndërmarrjes ka ndikim pozitiv në rritje ekonomike, ndërsa inflacioni rrezullton një lidhje negative me rritjen ekonomike.

Synimi i këtij punimit është plotësimi i këtij hendekut të varfur. Hulumtimet e reja dhe të vazhdueshme e bëjnë kompletimin e të dhënave, duke u mundur të japin rezultate sa më të sakta dhe hapsirë për përmirësimet e politikave financiare.

Funksionet e ndryshme të bankave tregojnë rëndësinë e tyre për një sistem efektiv dhe stabil bankar, si i domosdoshëm për ekonominë e vendit. Prandaj, mbikëqyrësit e bankave kanë një përgjegjësi të shtuar për monitorimin dhe ruajtjen e operimit të shëndoshë të industrisë bankare të një vendi.

Për më tepër, sipërmarrësve individualë apo investitorëve zakonisht iu mungon kapitali i mjaftueshëm për të vazhduar me projektet e tyre. Bankat komerciale ofrojnë shërbime të ndërmjetësimit, që i bashkojnë kursimtarët dhe investitorët, duke i kanalizuar në mënyrë teorike fondet e investimeve për përdorimet që sjellin normën më të lartë të kthimit, duke e zmadhuar specializimin dhe ndarjen e punës (Todaro, 2003). Modeli neoklasik i rritjes na tregon se një rritje në investimet e efektshme të kursimeve në projekte të reja dhe inovative është një nga gjeneratorët kryesorë të rritjes ekonomike (cituar në Armenta).

Dhënia e kredive është një vlerë më rëndësi, sepse mjetet e mobilizuara mund të shfrytëzohen racionalisht, duke i përdorur në sferën e prodhimit, në shpejtimin e procesit të riprodhimit, të qarkullimit dhe të sektorit të tjerë, të cilët llogariten si sektorë që përshpejtojnë zhvillimin ekonomik. Kreditë janë mjaft të rëndësishme dhe një ndër faktorët kryesorë në stimulimin e zhvillimit ekonomik në rajon, prandaj edhe fokusi në pjesën e parë të këtij punimi do të jetë analiza e rolit të kredive dhe ndikimi i tyre në rritjen ekonomike (Rritja e kredive në GDP), ku interesi kryesor në këtë punim do të jetë Kosova.

Fjalët kyçe: menaxhimi financiar, sistemi bankar, rritja ekonomike dhe shtetet në tranzicion.

HYRJE

Është një fakt i njohur që bankat luajnë disa role në çdo ekonomi. Dhe këto role kanë për qëllim sigurimin e sistemit të shëndoshë financiar dhe stabilitetin ekonomik. Është e padiskutueshme se sistemi bankar është motori i rritjes në çdo ekonomi, duke pasur parasysh funksionin e tij të ndërmjetësimit financiar. Ndërmjet këtij funksioni, bankat në mënyrë të lehtësuar formojnë kapitalin dhe bëjnë promovimin e rritjes ekonomike (Omankhanlen, 2012).

Gjatë epokës socialiste, në të gjithë rajonin e Evropës Qendrore dhe Lindore (EQL) ekzistonte një sistem monobankë. Me reformën e sektorit bankar pas vitit 1990, këto vende shfuqizuan ish-sistemin monobankë dhe themeluan të ashtuquajturin sistem bankar me dy nivele, i cili është tipik për ekonominë e tregut. U zbatua konsolidimi i bankave komerciale dhe privatizimi nga investitorët e vendit dhe të huaj. Me pjesëmarrjen e bankave të huaja, shërbimet e reja janë futur në një kohë të shkurtër në këto vende dhe, në krahasim me sistemin monobankë të epokës socialiste, praktikata e menaxhimit të riskut të bankave dhe efikasitetit financiar janë përmirësuar në mënyrë të konsiderueshme (Banincova, 2012).

Ritmi i shpejtë i zgjerimit të kredive në vendet e EQL-së, në përgjithësi nga një bazë e ulët, është e mundur të jetë nxitur nga një proces “zëre hapin”. Në përgjithësi, kjo tendencë është parë si një pasojë normale dhe pozitive e shkallës së rritjes, themelimit dhe ristrukturimit. Nga ana e ofertës, institucionet e huaja financiare, që hyjnë në këto tregje me qëllim të fitimit të shpejtë të tregut, shpesh kanë lehtësuar financimin në zgjerimin e shpejtë të kredisë. Risku i rritjes së shpejtë të kredive është nënvlerësuar, për shkak të vështirësive të matjes së parashikimeve të aktivitetit të përgjithshëm ekonomik dhe lidhjes së tij me humbjet e kredisë. Si rezultat i kësaj, janë ndërmarrë masat e kujdesshme dhe mbikëqyrëse për të frenuar rritjen e kredisë (Hilbers, Robe, Pazarbasioglu, Johnesen, 2005).

Për më tepër, sipërmarrësve individualë apo investitorëve zakonisht iu mungon kapitali i mjaftueshëm për të vazhduar me projektet e tyre. Bankat komerciale ofrojnë shërbime të ndërmjetësimit, që i bashkojnë kursimtarët dhe investitorët, duke i kanalizuar në mënyrë teorike fondet e investimeve për përdorimet që sjellin normën më të lartë të kthimit, duke e zmadhuar specializimin dhe ndarjen e punës (Todaro, 2003). Modeli neoklasik i rritjes na tregon se një rritje në investimet e efektshme të kursimeve në projekte të reja dhe inovative është një nga gjeneratorët kryesorë të rritjes ekonomike (cituar në Armenta).

Dhënia e kredive është një vlerë më rëndësi, sepse mjetet e mobilizuara mund të shfrytëzohen racionalisht, duke i përdorur në sferën e prodhimit, në shpejtimin e procesit të riprodhimit, të qarkullimit dhe të sektorit të tjerë, të cilët llogariten si sektorë që përshpejtojnë zhvillimin ekonomik. Kreditë janë mjaft të rëndësishme dhe një ndër faktorët kryesorë në stimulimin e zhvillimit ekonomik në rajon, prandaj edhe fokusi në pjesën e parë të këtij punimi do të jetë analiza e rolit të kredive dhe ndikimi i tyre në rritjen ekonomike (Rritja e kredive në GDP), ku interesi kryesor në këtë punim do të jetë Kosova.

1. TEORITË BASHKËKOHORE MBI TRANZICIONIN DHE EFEKTI SAJ NË VENDET NË TRANZICION

Është me vlerë të kujtojmë që Evropa nuk ka qenë e bashkuar dhe aq më pak demokratike. Tranzicioni si akt dhe si veprim ekonomik, politik dhe social pa dyshim që ka për mision edhe përgatitjen e atyre shteteve në minimizimin e faktorëve joekonomikë dhe atyre politik, në mënyrë që faktorët tjerë dhe përgjithësisht ata ekonomik të jenë agjentë vendimtarë në krijimin e mirëqenies së qytetarëve të vetë. Procesi i ndryshimeve të këtyre shteteve komuniste të Evropës Qëndrore dhe Lindore si edhe orientimi i tyre ndaj sistemeve me strukturë demokratike kërkon, një revizionim ciklik të gjyqimeve dhe analizave.

Ndryshimet më të mëdha që nga viti 1989, kanë qenë:

- bashkimi i dy Gjermanive,
- shpërbërja e BS në 15 vende të ndryshme,
- shpërbërja e Jugosllavisë në 7 shtete të reja dhe
- shpërbërja e Çekoslovakisë në dy pjesë, Republikën Çeke dhe Republikën Sllovaqe

Produkte të kësaj periudhe tranzitore, padyshim janë edhe rritja e ksenofobisë, korrupsioni në sferën e privatizimit që po i përcjellë të gjitha vendet me afëra dhe skandale të ndryshme, si edhe ndryshimet thelbësore në sferën e shtresëzimit social që katapultuan një shtresë të re të pasurve në mënyrë jo të merituar. Pra, jo duke hyrë në një konkurrencë lojale me rregulla dhe parime të njohura dhe të verifikuara nga përvoja e vendeve dhe shteteve me një traditë të gjatë demokratike.

Menjëherë pas Luftës së Dytë Botërore, në periudhën postkomuniste, transformimi, i quajtur gjerësisht tranzicion, drejt demokracisë, do të përfshinte në radhë të parë Gjermaninë, Austrinë, Italinë dhe Finlandën. Procesi i tranzicionit evidentoi si të nevojshme, përshtatjen në varësi të veçorive të secilit vend. Tranzicioni politik në vendet e Evropës Qëndrore- Lindore eci në kalvarin e gjatë të vështirësive që kishin të bënin me vendosjen e sistemit politik shumëpartiak, por edhe të të gjitha pasojave që sillte ky sistem në administrimin e pushtetit dhe të mekanizmave zgjedhorë, që të çonin deri tek pushteti. Ky tranzicion u përshkua nga një rritje e madhe e ndjenjave të nacionalizmit, për shkak se këto shtete u ngritën në bazë të parimit të komb-shtetit.

Në shumicën e rasteve ky tranzicion u krye në kushte qetësie dhe mirëkuptimi në mes etnive, mirëpo shpërbërja e Jugosllavisë, nëpërmjet luftërave të përgjakshme, bëri që në fund të shekullit të shkuar, si rrjedhojë e shkatërrimeve dhe krimeve të kryera, në mes të Evropës të krijohej një histori e dhimbshme. Tranzicioni i tejzgjatur në vendet e Europës Qëndrore e Lindore krijoi efekte të ngjashme për shkak të një të kaluarë të tyre të përbashkët nën regjimin komunist, regjim ky i ngritur fillimisht mbi idealin e një rendi socialist mbarë botëror, por që më pas degjeneroi në një totalitarizëm të pashembullt e mizor.

Komunizmi mbi sundoi rreth gjysmë shekulli në këto vende nëpërmjet supremacisë së partisë shtet, një ekonomie të komanduar, një shoqërie të përçarë nga lufta e klasave dhe mbikëqyrur nga shërbimet sekrete shtetërore.

Do të pritëshin iniciativat e ndërmarra nga Gorbaçovi si Perestrojka e Gllastnosti e sidomos rënia e Murit të Berlinit më 1989, faktorët që do të hapnin dritën jeshile për një të ardhme të re për këto vende. Vendet ish-komuniste i përqaftuan reformat që do t'i çonin në një demokraci pluraliste, në një ekonomi tregu me rregulla të barabarta konkurrence, në një shoqëri civile të lirë e të aftë për vetëvendosje etj, pra u përpoqën të ndjekin udhën e simotrave të tyre perendimore. Por euforia fillestare e vendeve të Europës Qëndrore dhe Lindore kaloi shpejtë dhe këto vende u përballën me një realitet të ri po aq problematik e të turbullt nga shumë pikëpamje.

2. ZHVILLIMI I SEKTORIT FINANCIAR NË VENDET NË TRANZICION

Procesi i tranzicionit që filloi në vitet e 90- ta të shekullit XX, shkaktoi rënien e sistemit socialist në Evropën Qendrore dhe Lindore. Shpërbërja e RFSJ, dhe futja e Kosovës në administrimin e dhunshëm të Serbisë e ka shkatërruar Sistemin ekonomik dhe atë bankar edhe ashtu të pa qëndrueshëm që e kishte Kosova në kuadër të ish shtetit Jugosllav. Sistemi bankar në Kosovë gjatë viteve të fundit është transformuar krejtësisht, i drejtuar nga sistemi bankar me pronësi shtetërore në ish Jugosllavi, në një sistem bankar me pronësi private pas çlirimit. Privatizimi i sistemit bankar në Kosovë si pjesë e paketës së masave të ndërmarra nga politika e qeverive në 11 vjetëshin e kaluar, kishte për qëllim të fuqizonte sistemin financiar, të pakësonte mundësinë për kriza të ardhshme dhe të rriste eficientën e ekonomisë.

Në të njëjtën kohë, si rrjedhojë e zhvillimit të saj ekonomik, Kosova po përgatitet të integrohet tërësisht në ekonominë botërore dhe në tregjet financiare ndërkombëtare. Ndër aspektet tjera të reformës që duhet zbatuar është reforma ekonomike, e cila do të përfshinte një ndryshim rrënjësor nga sistemi jo efikas i centralizuar, në një sistem aktualë në kushtet e biznesit të tregut, i cili do të largojë reflektimet negative në të gjitha sferat e jetës ekonomike të cilat në një mënyrë kanë shkaktuar një krizë të madhe ekonomike dhe kolaps ekonomik. Me reformimin e

përgjithshme të sistemit ekonomike, si tendencë me e shfaqur në fuqizimin e sistemit financiar, është paraqitja e transformimit të sistemit bankar, i cili ka marrë krejtësisht elemente të reja dhe ka arritur një zhvillim të shpejtë.

Për shkak të shumë mangësive institucionale dhe ndikimit të madh të lobit bankar, bankat tregtare e kanë ndryshuar aktivitetin e tyre burimor, dhe në vend të kryerjes së aktiviteteve të ndërmjetësit financiar midis kursimeve dhe rritjen e kapitalit, ato janë shndërruar në instrument të lobimit të madh bankar në mënyrë që të fitojnë fitime sa më të mëdha. Funksionimi i mirë i sistemit bankar është një faktor i rëndësishëm për kanalizimin e fondeve në ekonomi në mënyrë efektive dhe përrritjen e ndërmjetësimit bankar. Nxitja e konkurrencës në sistemin bankar është një tjetër faktor, që ndikon në ofrimin e shërbimeve sa më të mira për klientët, që siguron përdorimin e teknologjisë së re bankare, prezantimin e produkteve dhe shërbimeve të reja, uljen e kostos të shërbimit bankar etj. Kjo i shërben afërimit të klientëve me bankat.

3. ZHVILLIMI I SEKTORIT FINANCIAR DHE RITJA EKONOMIKE NË KOSOVË

Sistemi financiar i Kosovës ka vazhduar zhvillimin dhe zgjerimin e aktivitetit të tij në mënyrë të qëndrueshme. Gjithashtu, asetet e sistemit financiar u rritën në mënyrë të vazhdueshme.

Deri në fund të vitit 2008 totali i aseteve të industrisë bankare arriti vlerën prej 2.3 miliardë euro, ku rritja e aseteve të industrisë bankare është 70.8 për qind të gjithë aseteve të sistemit financiar (RV, 2008, RSF, 2014).

Zhvillimi i sektorit të industrisë bankare ishte rreth 80 për qind të gjithë aseteve të sistemit financiar. Ndërsa, prej vitit 2009-2014, gjithë asetet e sistemit financiar arritën vlerën prej 4.3 miliardë euro, ku rritja e Sipas RV dhe RSF (2004, 2014), struktura e industrisë bankare vazhdon të dominohet nga bankat me pronësi të huaj, ku nga gjithë dhjetë banka të licencuara, tetë janë me pronësi të huaj, të cilat në vitin 2005 menaxhonin 66.3 për qind të gjithë aseteve të industrisë, ndërsa në vitin 2014 menaxhonin 90.5 për qind të gjithë aseteve të industrisë dhe 92.8 për qind të kapitalit.

Sa i përket numrit të institucioneve financiare që operojnë në Kosovë, struktura e këtij sektori ka mbetur e pandryshuar për shumë vite. Gjatë gjashtëmujorit të parë të vitit 2014 u licencua edhe një bankë me kapital të huaj, duke e çuar në dhjetë numrin e bankave të licencuara në Kosovë.

Shkalla e koncentrimit të tregut në industrinë bankare ka vazhduar të zvogëlohet edhe gjatë viteve të fundit. Pjesëmarrja e aseteve të tri bankave më të mëdha, në qershor 2014, ka zbritur në 67.2 për qind krahasuar me 67.8 për qind në vitin paraprak. Ndërsa, në vitin 2004 asetet e tri bankave më të mëdha në gjithë asete ishin në 74.4 për qind. Rënia e shkallës së koncentrimit shprehet edhe përmes Indeksit Herfindahl-Hirschman (IHH), trendi i të cilit tregon për një rënie të vazhdueshme të koncentrimit të aseteve, kredive dhe depozitave. Rënia e shkallës së koncentrimit, ndër të tjera, reflekton rritjen më të shpejtë të aseteve, stokut të kredive dhe nivelit të depozitave në bankat më të vogla krahasuar me bankat më të mëdha.

KONKLUZIONE

Përderisa sistemi financiar është gjenerator i zhvillimit, është insitucioni i vetëm që injekton para në ekonominë e Kosovës dhe që mundëson siguri financiare për njerëzit dhe bizneset sa i përket investimeve dhe operacioneve të përditshme; ristrukturimi i tij është i lidhur më shumë me aftësi udhëheqëse se sa aftësi shkencore. Bazuar në historinë ekonomike të vendeve të ish-Bashkimit Sovjetik siç janë, Polonia, Republika Çeke dhe Hungaria, rregullimi i sistemit financiar është një rrugë e gjatë me shumë rënie dhe ngritje dhe që kërkon përmirësime të përditshme. Nuk është e mjaftueshme të përqëndrohet vetëm në industrinë bankare. Sistemi financiar si tërësi duhet të jetë konkurrues, ku çdo industri në mes vete duhet të kompenzoj njëra tjetrën (lëvizja e fondeve nga një industri në tjetrën) në mënyrë që të mos lejohet ajo që Kosovarët po përjetojnë tani, tepricën e parave në industrinë bankare.

Sistemi financiar siç është tani, duke konsideruar të gjithë faktorët, krijon pasiguri të madhe ekonomike në mesin e Kosovarëve. Njerëzit kanë ide, bizneset kanë plane, por nën kushtet aktuale të sistemit financiar, e veçanërisht industrisë bankare, është e pamundshme të aktivizohen motorët e zhvillimit. Andaj roli i BQK është të siguroj një klimë të sistemit bankar që është pranueshëm si për konkurrencën ashtu edhe për qytetaret.

Evidenca tregon se roli i industrisë bankare, si ndërmjetësues nëpërmjet transferimit të mjeteve nga sektorët të cilët kanë deficit të mjeteve financiare tek sektorët të cilët kanë mungesë të mjeteve financiare, ka ndikuar në rritjen ekonomike në vend. Analiza e regresionit lidhur me ndikimin e kredive totale në zhvillimin ekonomik tregon se rritja e kredive totale për një përqind ndikon në rritjen ekonomike për 0.1 për qind. Gjithashtu, sa i përket ndikimit të kredive në sektorin privat, 62 për qind e ndryshimeve në normën e rritjes ekonomike shpjegohet nga ndryshimi në normën e rritjes së kredive. Siç edhe pritej, rritja e kredive konsumuese nuk ka efekt në rritjen ekonomike.

LITERATURA

- [1] Shibley, Telhami -“Power and Leadership in International Bargaining: The Path to the Central and Eastern Europe”, NY, 2000, faqe
- [2] Eva Hyskaj Tafili, Tranzicioni politik në Evropën Qëndrore dhe Lindore,Tiranë; Shtëpia botuese e Librit Universitar, 2008 fq.20
- [3] Ballester, L; Ferrer, R; Gonzales, C; Soto, G, M (2009): “Determinants of Interest Rate Exposure of Spanish Banking Industry, Documentos de Trabajo”, Working Paper, Fq. 1-22.
- [4] Raporti i Bankës Qendrore të Republikës së Kosovës, viti 2010.

THE IMPORTANCE AND THE ROLE OF INTRODUCTION OF ECOLOGICAL ACCOUNTING IN THE FUNCTION OF MANAGEMENT OF ENVIRONMENTAL PROTECTION

Tijana MilanovićBelgrade Business School – Higher Education for Applied Studies, tijana.milanovic@bbs.edu.rs**Zdravka Petković**Belgrade Business School – Higher Education for Applied Studies, zdravka.petkovic@bbs.edu.rs**Gordana Stojmenović**Belgrade Business School – Higher Education for Applied Studies, gordana.stojmenovic@bbs.edu.rs

Abstract: More and more global warming, ozone depletion and loss of biodiversity have contributed to raising awareness of the need to implement measures that enable sustainable development, so that different pillars of society find a balance between economic growth and social interest in preserving a healthy environment. The environmental impacts of the company have led to the strengthening of environmental demands by society and the incorporation of various management tools into the environmental management process. In order to properly address the issue of environmental protection, a so-called environmental management system is required, which carries out an important part of the information systems management system in an integrated form, together with another accounting information system. Ecological accounting is an important tool for understanding the role of the natural environment in the economy. Environmental accounts provide data that highlight the contribution of natural resources to economic well-being and the costs of imposed pollution or resource degradation. The use of accounting in the environment is necessary with more aspects on various issues, such as cost estimates, investment analysis and strategic decision-making. Companies, which are important subjects of economic activity, play the main roles in economic activities. Therefore, a clear introduction of the goal of preserving the environment in every activity becomes a strong motivating force for the structural transformation of this economic society. This paper will present a brief overview of the history, concept, division, role, significance and contributions of ecological accounting, and the importance and necessity of introducing ecological accounting in enterprises. Given the financial implications that environmental impacts can have on the business of the company, this paper aims to point out the role and significance of environmental accounting and the environmental management process.

Keywords: environment, environmental management, ecological accounting, environmental tools

ZNAČAJ I ULOGA UVOĐENJA EKOLOŠKOG RAČUNOVODSTVA U FUNKCIJI UPRAVLJANJA ZAŠTITOM ŽIVOTNE SREDINE**Tijana Milanović**Beogradska poslovna škola – Visoka škola strukovnih studija tijana.milanovic@bbs.edu.rs**Zdravka Petković**Beogradska poslovna škola – Visoka škola strukovnih studija zdravka.petkovic@bbs.edu.rs**Gordana Stojmenović**Beogradska poslovna škola – Visoka škola strukovnih studija gordana.stojmenovic@bbs.edu.rs

Rezime: Sve prisutniji problemi globalnog zagrevanja, smanjenja ozonskog omotača i gubitka biodiverziteta doprineli su jačanju svesti o tome da je potrebno sprovesti mere koje omogućavaju održivi razvoj, tako da različiti stubovi društva pronađu ravnotežu između ekonomskog rasta i društvenog interesa za očuvanje zdrave životne okoline. Uticaji preduzeća na životnu sredinu doveli su do pooštavanja ekoloških zahteva od strane društva i uključivanja različitih upravljačkih alata u proces upravljanja zaštitom životne sredine. Da bi se na pravilan način pristupilo pitanju zaštite životne sredine, potreban je takozvani sistem za upravljanje životnom sredinom koji vrši važan deo sistema upravljanja informacionim sistemima u integrisanoj formi zajedno sa drugim računovodstvenim informacionim sistemom. Ekološko računovodstvo je važno sredstvo za razumevanje uloge prirodnog okruženja u privredi. Ekološki računi pružaju podatke koji ističu doprinos prirodnih resursa ekonomskom blagostanju i troškove nametnutim zagađenjem ili degradacijom resursa. Upotreba računovodstva u okruženju je neophodna sa više aspekta po različitim pitanjima, kao što su procena troškova, investiciona analiza i strateški menadžment odluke. Preduzeća,

koja su važni subjekti ekonomskih aktivnosti, igraju glavne uloge u ekonomskim aktivnostima. Stoga, jasno uvođenje cilja koji se zove očuvanje životne sredine u svakoj delatnoj aktivnosti postaje snažna motivaciona sila strukturne transformacije ovog ekonomskog društva. U ovom radu će biti predstavljeni kratak prikaz istorije, pojma, podele, uloge, značaja i doprinosa ekološkog računovodstva i značaj i neophodnost uvođenja ekološkog računovodstva u preduzeća. S obzirom na finansijske implikacije koje ekološki uticaji mogu imati na poslovanje preduzeća, ovaj rad ima za cilj da ukaže na ulogu i značaj ekološkog računovodstva i u procesu upravljanja zaštitom životne sredine

Ključne reči: životna sredina, upravljanje zaštitom životne sredine, ekološko računovodstvo, ekološki alati

1. UVOD

Zbog sve veće populacije i dostupnosti ograničenja prirodnih resursa, danas je pitanje zaštite životne sredine predstavljeno kao jedan od najvažnijih problema ljudske zajednice. Zabrinutost javnosti kada je reč o posledicama ekonomskih aktivnosti na životnu sredinu značajno se povećala poslednjih godina širom sveta. Velike ekološke katastrofe su pritom podstakle globalnu raspravu o odgovornosti kompanija i istakle potrebu njihovog uključivanja u proces rešavanja ključnih pitanja u vezi sa zaštitom životne sredine. Svaka privredna, kao i svaka druga ljudska delatnost, ima određen uticaj na životnu sredinu, te je iz tog razloga inicijativa o afirmisanju društvene odgovornosti u prirodnom okruženju od podjednako značaja za sve kompanije, bez obzira na veličinu i vrstu delatnosti. U tom kontekstu, kompanije sve više moraju da rade na tome, da uspostave balans između potrebe za ekonomskim rastom i očuvanja zdravog prirodnog okruženja za buduće generacije. Termin ekološko računovodstvo se često koristi u računovodstvenim i ekološkim knjigama. Ekološko računovodstvo je širi pojam koji se odnosi na pružanje informacija vezanih za životnu sredinu i učinak zainteresovanim stranama unutar i izvan organizacije. Ekološko računovodstvo daje informacije koje pomažu menadžmentu organizacije u pitanjima vrednovanja, performansi, kontrolu i donošenje odluka i izveštavanje. Na bazi raspoložive literature i svetske prakse može se zaključiti, da ekološko računovodstvo predstavlja veoma važan informacioni izvor u procesu upravljanja zaštitom životne sredine i procenjivanja efikasnost zaštite životne sredine i usklađenost poslovanja preduzeća sa ekološkim propisima i standardima. Na početku, prilikom osnivanja, ova preduzeća nisu bila sklona otkrivanju oštećenja životne sredine u svojim finansijskim izveštajima, ali vremenom preduzeća su postala primorana da posmatraju ova pitanja. Identifikacija troškova koji treba preduzeća da odvoje za zaštitu i svest o životnoj sredini, da bi poslovala u skladu sa ekološkim zahtevima, je veoma važna. Razlog korišćenja ekološkog računovodstva jeste da postoji ekosistem, koji će navoditi određenu kompaniju da se profesionalno i odgovorno ophodi, kako na poslovnom, ekonomskom tržištu, tako isto i prema okruženju u kome posluje. Preduzeća sa društveno odgovornim i ekološko osvešćenim ponašanjem stvaraju zdravo poslovno i životno okruženje i krče put budućim generacijama da na čvrstim temeljima nastavljaju da rade i žive.

2. ISTORIJA I STATUS RAČUNOVODSTVA U OBLASTI ŽIVOTNE SREDINE

Posmatrano kroz istoriju, ekološko računovodstvo je počelo da privlači pažnju još tokom energetske krize 1970. godine. Praksa ekološkog računovodstva je postojala u pozadini i pre nego što su se razvili standardi za merenje ekonomskih uticaja. Do prvih proračuna i saglasnost o tome, kako i na koji način se uzimaju u obzir faktori zaštite životne sredine i šta tačno treba računati, bilo je teško doći. Tada su se kompanije suočavale sa konceptom industrijskog izveštavanja o životnoj sredini i nerado su u svojim finansijskim izveštajima otkrivale štetu nanetu životnoj sredini sopstvenim poslovanjem. Međutim, vremenom je dolazilo do sve konstantnijeg i obimnijeg povećanja štete na životnu sredinu, što je dovelo do toga da kompanije počnu sve više da obraćaju pažnju i pridržavaju se ovih pitanja. Na osnovu donešenih Zakona o zaštiti životne sredine iz 1976. i 1980. godine bilo je zaključeno da troškovi ekoloških obaveza moraju biti zasnovani na smanjenju zagađenja. Može se reći da su osamdesete godina prošlog veka dovele do novog vremena ekonomskog prosperiteta. U devedesetim godinama, došlo je do velikog porasta aktivizma za zaštitu životne sredine i sve više je ekološko računovodstvo “uzimano u obzir” u svesti potrošača i poslovanja.

Kako se navodi u Saremi i Nezhad (2014), procesi razvoja ekološkog računanja kroz vremenski period:

1. 1970: Deskriptivni pristup koristeći obične šablonske šablone.
2. 1981-1990: Uloga ekoloških informacija o otkrivanju informacija koje se odnose na ekološke aktivnosti.
3. 1991-1995: Evolucija ekološkog obračuna u otkrivanju poslova i ručnom ekološkom računovodstvu.
4. 1996: Pažnja o ulozi životne sredine za procenu uticaja na životnu sredinu na osnovu regulatornih standarda.
5. 1997: Stvaranje okvira za očuvanje životne sredine u pripremi standarda za računovodstvo.

3. POJAM I PODELA EKOLOŠKOG RAČUNOVODSTVA

Postoji veliki broj različitih definicija za ekološko računovodstvo. U mnogim kontekstima, podrazumeva se identifikacija i izveštavanje o specifičnim troškovima za životnu sredinu, kao što su troškovi lojalnosti ili troškovi uklanjanja otpada. Međutim daleko opštija definicija bi obuhvatala ideju da “Ekološko računovodstvo” podrazumeva obračun troškova i koristi u vezi sa promenama proizvoda ili procesa preduzeća, gde promena u okviru preduzeća povlači, odnosno utiče i podrazumeva promenu i u životnoj sredini. Ekološko računovodstvo je, takođe nazvano i socijalno računovodstvo, jer predstavlja i vrstu računovodstva koja pokušava da utvrdi i društvene i ekološke posledice poslovnih odluka. (Jones, 2010).

U skladu sa Gray i Bebbington (2001), ekološko računovodstvo je širok termin koji obuhvata aktivnosti na zaštiti životne sredine na nacionalnom i korporativnom nivou i povezane interakcije sa zainteresovanim stranama. To uključuje obradu i finansijskih i nefinansijskih informacija u vezi sa uticajima na životnu sredinu i ekološke. Na korporativnom nivou, računovodstvo u oblasti životne sredine može se definisati kao skup organizacionih aktivnosti koje se bave merenjem i analizom ekoloških performansi korporacija i izveštavanjem o takvim rezultatima prema tim grupama, kako unutar tako i izvan korporacije. Na nacionalnom ili regionalnom nivou, računovodstvo u oblasti životne sredine je računovodstveni sektor koji se bavi aktivnostima, metodama, snimcima, analizama i izveštavanju o ekološkim i ekološkim uticajima definisanih ekonomskih sistema. Tačan obim računovodstva u oblasti životne sredine i dalje je osporen, i definicije i aplikacije variraju; ekološki računi obično uključuju mešavinu finansijskih i nefinansijskih uslova i mogu se pripremiti za unutrašnju i/ili spoljnu upotrebu. Ipak, mogu se identifikovati dve glavne podele ekološkog računovodstva: računovodstvo za upravljanje životnom sredinom (EMA) i izveštavanje o životnoj sredini.

3.1. Računovodstvo upravljanja životnom sredinom

Prema Gray i Bebbington (2001), računovodstvo upravljanja životnom sredinom (engl. Environmental Management Accounting - EMA) predstavlja sveobuhvatan pristup računovodstvenom menadžmentu koji ima za cilj da pomogne interne organizacione proračune i donošenje odluka u vezi sa pitanjima životne sredine. EMA uključuje evidentiranje i analizu fizičkih procesa za potrošnju materijala i energije, protok i konačno odlaganje, i procedure za troškove i beneficije vezane za aktivnosti sa potencijalnim uticajima na životnu sredinu i ekološku sredinu.

Na korporativnom nivou, EMA obično se fokusira na cenu i pridruženu kontrolnu strukturu ekoloških i ekoloških uticaja kompanije. Na nacionalnom nivou, EMA evidentira tokove sirovina (kao što su voda, energija, minerali i fosilna goriva) od okoline do ekonomije, a takođe i evidentiraju senke za ove materijala i troškova zaštite životne sredine. EMA je, međutim, fleksibilan pristup i postoje značajne razlike u obimu ili granici njegove primene.⁵

3.2. Izveštavanje o životnoj sredini

Izveštaj o životnoj sredini (engl. Environmental Reporting) se bavi otkrivanjem ekoloških informacija od strane organizacije. Ovo može uključivati ekološke obaveze/rizike, revalorizacije imovine i projekcije kapitala, jer se odnose na životnu sredinu, analizu troškova u ključnim oblastima (kao što su energija, otpad i zaštita životne sredine), procena investicija za uključivanje životne sredine i faktore klimatskih promena, emisije ugljenika i srodne kontrolne mere, ekološki uticaji, nivoi podrške projektima za zaštitu životne sredine u zajednici i nivoi podrške za smanjenje emisije za zemlje u razvoju, kao deo odgovornosti organizacije prema svojim akterima i/ili odgovor na očekivanja zainteresovanih strana. Izveštavanje o životnoj sredini, kako na nacionalnom, tako i na nivou korporacije, je dobrovoljna aktivnost, a organizacije koriste različite izveštaje. Ovo uključuje: godišnje izveštaje, samostalne izveštaje o održivosti, integrisane izveštaje, veb stranice i društvene medije za komuniciranje informacija o životnoj sredini širšoj zajednici. Iz ovoga možemo zaključiti da je neophodan detaljan pregled i odluka rukovodilaca privrednih subjekata o izveštavanju o životnoj sredini.

4. VAŽNOST I ZNAČAJ UVOĐENJA EKOLOŠKOG RAČUNOVODSTVA U PREDUZEĆA

Postoji bliska interakcija između organizacije i njegovog okruženja. Ova interakcija pomaže razvoj kompanije, rast i efikasnu upotrebu resursa. Spoljno poslovno okruženje po prirodi je kompleksno i dinamično i ima dugotrajan uticaj na opstanak i razvoj poslovanja. Pored toga, u rastućoj globalnoj ekonomiji, gde internet i mediji svakodnevno osvetljavaju poslovne prakse širom sveta, o kompanijama se sve više sudi na osnovu njihovog odnosa prema životnoj sredini – potrošači su danas bolje obavešteni, ekološki svesniji i osjetljiviji, što preduzeća podstiče i na razvoj novih, ekološki prihvatljivih proizvoda, i donosi im tržišnu prednost; poslovni partneri, finansijske institucije i banke osim ekonomskih pokazatelja, kao bitan kriterijum za saradnju, uvode zaštitu životne sredine i smanjenje ekoloških rizika. Tome doprinosi i zakonska regulativa, evropska i lokalna, koja u pogledu zaštite životne sredine postaje sve restriktivnija i zahtevnija. Smanjenje negativnog uticaja preduzeća na životnu sredinu, nie moguće postići ukoliko preduzeće ne poseduje informacije o ovima uticajima. Prema. Jovanović, D., & Ljubisavljević, S. (2017). uvođenje ekološkog računovodstva u preduzeće utiče na bolje povezivanje strategije preduzeća i životne

sredine, što ima pozitivne dugoročne posledice na zaštitu životne sredine. Prema tome, ekološko računovodstvo je alat upravljanja zaštitom životne sredine koji pruža jasnu sliku o troškovima materijala, energije, eksternim i internim negativnim uticajima na životnu sredinu, kao i o sastavu štetnih emisija i otpadaka u tehnološkom procesu. Uloga računovodstva može se posmatrati kao dvodimenzionalna: interna, odnosi se na izveštajno-informacionu usmerenost na menadžment preduzeća i eksterna, koja se odnosi na obelodanjivanje ekonomskih informacija za eksterne korisnike izveštaja. Informacije koje se dobijaju ekološkim računovodstvom, preduzeće može koristiti u funkciji poboljšanja efikasnosti korišćenja resursa, donošenja odluke pri izboru konkretnog investicionog projekta, efikasnijeg procesa upravljanja zaštitom životne sredine i sl. Takođe, ove informacije pomažu istovremeno i menadžerima na osnovu kojih su oni u poziciji da efikasno procenjuju ekonomske uticaje ekoloških performansi koje generišu aktivnosti preduzeća. Navedene informacije se objavljuju u okviru godišnjeg izveštaja, kao sastavni deo izveštaja o održivom razvoju ili u vidu zasebnog izveštaja o zaštiti životne sredine. Korisnici izveštaja su uglavnom definisani kao izvori resursa, korisnici robe i usluga i lica koja vrše kontrolu i nadzorne funkcije. Prema tome, računovodstveni informacioni sistem može da obezbedi okvir za pripremu ekoloških informacija kako bi se omogućilo uspešno upravljanje preduzeća usmereno ka smanjenju negativnih uticaja na životnu sredinu i poboljšanje ekoloških performansi. Tabela 1. ukazuje na suštinu, upotrebu i sadržaj različitih računovodstvenih informacija o zaštiti životne sredine uključujući različite aspekte posmatranja.

Tabela 1. Komparacija različitih računovodstvenih sistema o zaštiti životne sredine

Nivo	Tipovi	Fokus	Prijem	Sadržaj i upotreba
Makro	Obračunavanje nacionalnog dohotka	Nacionalni	Eksterni	<ul style="list-style-type: none"> Nacionalno računovodstvo zaštite životne sredine koristi monetarne i fizičke jedinice za merenje potrošnje prirodnih resursa. Makroekonomska merenja.
Mikro	Finansijsko računovodstvo	Preduzeće	Eksterni	<ul style="list-style-type: none"> Odgovornost za zaštitu životne sredine i finansijski materijalni troškovi zaštite životne sredine. Finansijski izveštaji koje upotrebljavaju investitori, kreditori i drugi.
	Upravljačko računovodstvo	Preduzeće, odeljenje, sredstva ili proizvodna linija	Interni	<ul style="list-style-type: none"> Podaci o troškovima, nivoima proizvodnje, propisima i drugim aspektima poslovanja. Podrška upravljačkim odlukama za planiranje, evaluaciju i kontrolu. Odgovarajući zapisnik, pitanja koja privlači pažnju i rešavaju problem od interesa za menadžment preduzeća.

Izvor: Autori, prema: United Nations Division for Sustainable Development, 2001.

Ekološki projekti koje iniciraju i sprovode kompanije odlaze korak dalje nego što to od njih iziskuju zakonske obaveze, čime promovišu „zeleni” ekonomski rast. Pre donošenja strateških odluka, kompanije realizuju procene uticaja svog poslovanja na životnu sredinu, definišu ključne aspekte u kojima su njihovi uticaji najveći i predviđaju mere prevencije

ili ublažavanja negativnih uticaja. Rezultati ovih projekata se mogu kvantifikovati i porediti, budući da su tehnike merenja i praćenja značajno napredovale u ovoj oblasti.

5. ZAKLJUČAK

Održivi razvoj i zaštita životne sredine sve više postaju neizostavan element strategije poslovanja svakog preduzeća. Pored činjenice da su utvrđeni standardi kvaliteta zaštite životne sredine od strane ISO organizacije i kreiranja Zakona o zaštiti životne sredine i drugih propisa, važan faktor u savremenim uslovima života i privređivanja jeste osvešćivanje ljudi o problemima u životnoj sredini, kao i neophodnosti da se hitno preduzmu mere za smanjenje zagađenja. Pošto su se našle pred izazovom kako da uključe principe održivosti životne sredine u svoje redovno poslovanje, mnoge kompanije prepoznale su da je ovo oblast koja za njih može predstavljati nove prilike i prednosti na tržištu i dovesti do povećane efikasnosti i smanjenja troškova poslovanja. ISO standardi su umnogome pomogli

kada je reč o obuhvatanju troškova koje preduzeće mora izvršiti kako bi poslovalo na ekološki i društveno odgovoran način, dok su Zakonom utvrđene mere i iznosi sredstava koje preduzeće zagađivač trpi usled nekontrolisanog zagađivanja. Obuhvatanje i analiziranje troškova zaštite životne sredine predstavlja poseban zadatak u procesu ekološkog menadžmenta, jer se sa ekonomskog aspekta mora voditi računa o direktnim ali i onim nevidljivim troškovima u životnoj sredini. Istraživanja su pokazala da je mnogo više potrošača spremno da da više novca na neki proizvod ako je kompanija društveno odgovorna. Društveno odgovornim poslovanjem kompanije jačaju svoju reputaciju, šire bazu potrošača i klijenata i jačaju svoje veze sa zaposlenima i investitorima. Potrošači generalno ne podržavaju kompanije koje krše ljudska prava, zagađuju životnu sredinu ili netransparentno i neetički posluju. Iskustva iz sveta pokazuju da su kompanije koje su usvojile ekološke standarde konkurentnije na međunarodnom tržištu u srednjeročnom i dugoročnom smislu, budući da ekološki standardi promovišu inovaciju i modernizaciju procesa i proizvoda, i vode ka čistijim tehnologijama. Preventivnom zaštitom i kontrolom zagađenja i upotrebom čistijih tehnologija, preduzeća sebi omogućavaju uštede u budućnosti u unapređuju efikasnost u pogledu korišćenja raspoloživih resursa, kada se radi o pokrivanju direktnih troškova nove opreme i procesa rada, a sa druge strane dolazi do povećanja dobiti, kako u ekonomskom, tako i u ekološkom smislu.

LITERATURA

- [1] Aurelia-Aurora, D., & Sorina-Geanina, M. S. (2012). Perspectives of environmental accounting in Romania. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 62, 610-614.
- [2] Gray, R., & Bebbington, J. (2001). *Accounting for the Environment*, Publications, Jul 25, 2nd edn. SAGE, London
- [3] Gray, R., & Bebbington, J. (2001). *Accounting for the Environment*, Publications, Jul 25, 2nd edn. SAGE, London
- [4] Jones, M. J. (2010, June). Accounting for the environment: Towards a theoretical perspective for environmental accounting and reporting. In *Accounting Forum* (Vol. 34, No. 2, pp. 123-138). Elsevier.
- [5] Jovanović, D., & Ljubisavljević, S. (2017). Ekološko računovodstvo i revizija kao alati upravljanja zaštitom životne sredine. U zborniku *Uticaj globalizacije na poslovno upravljanje i ekonomski razvoj Šumadije i Pomoravlja* (521-530). Kragujevac: Ekonomski fakultet Univerziteta u Kragujevcu
- [6] Saremi, H., & Nezhad, B. M. (2014). Role of environmental accounting in enterprises. *Ecology Environment and Conservation*, 20(3), 1257-1268.
- [7] United Nations Division for Sustainable Development (2001). *Environmental Management Accounting Procedures and Principles*. New York: United Nations.

ADVANTAGES OF FRANCHISE SYSTEM FOR DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP

Marina Jovičević Simin

College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci,
Serbia, msimin@mpk.edu.rs

Slobodan Živkucin

College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci,
Serbia, slobodanzivkucin@gmail.com

Abstract: Franchising is considered the most successful marketing concept around the world. Today, many franchises are offered, and it is incomparably easier and more secure to develop entrepreneurial spirit under the patronage of the already developed system. Franchise is called long term, firm contractual cooperation between independent companies or entrepreneurs, franchisor and franchisee, where the franchisor provides the franchisee with a set of knowledge and gives it its brand. The number of franchise systems in the world is rising, and competition compels the franchisee to search for new and attractive offers. The largest number of franchises exists on the United States market, the number of employees in this market is in arrears, and achieves the high GDP measured in billions of dollars. In the United States are represented all kinds of franchise systems, from the automotive industry, restaurants, education, beauty salons to new forms of work from home. Canada is the second largest in franchising, many forms have been developed that place the franchise at the very top of economic business. In Europe, the less developed countries, such as Poland, the Czech Republic, Hungary, Bulgaria, etc., are developing more and more domestic brands and striving towards the conquest of international markets. New models of franchised business such as home-based franchises are being developed to allow most people to work from home. The application of the franchise system in our country would significantly contribute to the development of the domestic market. The future success of franchising in Serbia depends on the ability to innovate, improve the size of the site, provide education to interested small and medium-sized enterprises and entrepreneurs. Looking at all these countries and different markets, one can conclude that franchising is less developed in weaker economies, while economically more developed markets achieve even greater expansion in the form of GDP, employment, education, institutions. If each country awakens awareness of the value of franchising as a good technique for enterprises and entrepreneurs, it will open the possibility of expansion franchising to international markets, through marketing, social networks and the Internet. What is important is that this type of franchising is developing in our country and in this way it is slowly focusing on international markets. In franchising, the risk of business failure when starting a business is significantly lower than when starting a stand-alone business. Franchising is a way to use a proven, more successful, business model in a personal business, thereby reducing the likelihood of failure. The franchisee still continues to act substantially with his own resources, at his own risk, but under a different name. A well-known and famous brand is an additional guarantee for greater recognition and an automatically higher number of consumers. Franchising is a shortcut to a more successful business success. In the future, banks are expected to pay more attention to the financing of franchising, as both franchisees and recipients are referred to banks that receive the role of checkpoints and mediators.

Keywords: franchise systems, business model, franchisee, franchisor, entrepreneurial spirit

1. INTRODUCTION

Most people have no entrepreneurial spirit and ideas to create new products and services. As it is always easier to start a job that has already been developed and well-known to the users, people are increasingly choosing franchises. Today, many franchises are offered, and it is incomparably easier and more secure to develop entrepreneurial spirit under the auspices of the already developed system. Franchise is called a long, solid contractual collaboration between independent entrepreneurs, franchisor and franchisees, where the franchisor provides the recipient with a set of knowledge and gives it its brand. Franchise systems can be classified in different ways and by different criteria, but they are fundamentally different according to the type of knowledge that is passed on to franchisees, type of activity or organization of the system.

The ideal partner of the franchisee is a local entrepreneur who has recognized the requirement for a particular product in his area. Opening under the franchise is a guarantee of success, as the entrepreneur skips several initial

steps and does not repeat the mistakes made by the franchisor at the beginning of the business. All in all, the franchisee reveals the secret of successful business and saves time and other resources to the franchisee.

Franchising allows the franchisor to appear on a market that can not or does not want to appear on its own. In this way, the franchisor ensures the expansion of its brand, increase in market share and entry into new markets without investments. It also maintains control over competition as well as franchise business. The biggest drawback for the franchisor is the problem of ensuring quality control and operational standards.

2. FRANCHISING IN A MODERN WORLD

Entrepreneurs and small and medium-sized enterprises (SMEs) - benefiting from the conclusion of a franchising agreement and the granting of certain fees, acquire the right to use the franchisor brand and business concept using their own resources. Franchise system is the most popular business model in the world. For example, the US market is very large and that is why the number of franchises is high, but also because of the developed economy, the largest number of franchises are coming from the United States. The first franchise in the United States was started by Isak Singer, about a century ago, and he created a sewing machine and expanded the business by selling licenses for entrepreneurs located in different regions.

Franchising in international trade is a special business arrangement between independent enterprises from different countries, where a well-known enterprise with products of a famous brand and with the original systems of distribution and placement of goods and services appears as a franchisor, while as beneficiaries appear enterprises with no image, poor financial strength and low market share. [3]

Enterprises that have achieved great success in the domestic market are always considering the option of expanding the franchise abroad. In business practice, franchising of goods, services and production franchising is distinguished. Any successful company that intends to grow and expand should take franchise as a potential for expansion. The advantages that this system provides are numerous, and one of the key is the use of other people's resources to open up their new outlets, which means that business can be expanded faster with the highly motivated people who will run those outlets. At the same time, the costs of managerial staff in administration and field will be lower compared to the costs for running their own network. For many, buying a franchise was the foundation of wealth, although it was preceded by a great deal of work, the investment of knowledge, money, and etc. The first step is to transform the business concept into a franchise package and develop a franchisee network.

Table 1: Franchise systems in the world, 2010.

Region/economy	Franchise systems	Number of outlets (Thousands)	Sales (\$ billion)	Employees (Thousands)	Cross-border (%)
World	30000	2640	2480	19940	15
Developed economies	12200	1310	2210	12400	10
Europe	7700	370	340	2830	20
Japan	1200	230	250	2500	5
United States	2500	630	1480	6250	5
Developing/transition economies	1740	1330	270	7540	30
Azia	11200	1070	170	4810	25
Africa	1600	40	30	550	70
South-East Europe and the CIS	800	30	5	370	50
Latin America and the Caribbean	3800	190	70	1810	20

Source: World Investment Report 2011, Unctad, New York and Geneva [5]

Franchising does not have the national borders, and it allows the expansion of the already applied economic systems and the increase in market coverage in international and global terms. The importance of the franchise is mostly reflected in the fact that it enables the formation of a large number of business units in a relatively short period of time, as capital required to open up is provided by the franchisor.

The franchisee pays several types of fees. The most common are the lump-sum fees payable at the time of the contract, and the other is franchising royalties and paid during the duration of the contract. The franchise-based payment arrangement is similar to the payment scheme in the licensing arrangements, so that the franchisee pays that initial fee and the proportionate sales or revenue to the franchisor. [4]

As certain disadvantages of franchising are stated the relative dependence of the franchisee on the franchisor, the restriction of the competitor's freedoms, the inequitable participation in decision-making and the high level of obligations. Nevertheless, many advantages make franchising extremely interesting and useful.

Entry into entrepreneurship through a franchise is an entry into one's own business, but not an indulgence for oneself. Research has shown that starting a business in the franchise system rarely fails, and when this happens, this is most often because the franchisee has not kept the system of work and procedures.

Franchising is a very widespread form of business around the world, as it encourages entrepreneurship and employment, while in Serbia it is not developed to such an extent that in the EU there are about 7,700 franchised companies with over 400 thousand outlets.

The number of franchise systems in the world is rising, and competition compels the franchisee to search for new and attractive offers. The largest number of franchises exists on the United States market, the number of employees in this market is in arrears, and achieves the high GDP measured in billions of dollars. In the United States are represented all kinds of franchise systems, from the automotive industry, restaurants, education, beauty salons to new forms of work from home. Canada is the second largest in franchising, many forms have been developed that place the franchise at the very top of economic business.[2] In Europe, the less developed countries, such as Poland, the Czech Republic, Hungary, Bulgaria, etc., are developing more and more domestic brands and striving towards the conquest of international markets.

Portal FranchiseDirect.com have made the list of the most successful franchises in the world annually and for years this list is more or less the same, since the first places are fast-food chains that have been in the forefront for many years, mostly those established in the United States.

Table 2 – Top 10 Global Franchises 2018

Rank	Name	Country	Industry
1.	McDonald's	SAD	Fast Food Franchises
2.	KFC	SAD	Chicken Franchises
3.	Burger King	SAD	Fast Food Franchises
4.	Pizza Hut	SAD	Pizza Franchises
5.	7 Eleven	SAD	Convenience Store Franchises
6.	Marriott International	SAD	Hotel Franchises
7.	Re/Max	SAD	Real Estate Franchises
8.	Dunkin' Donuts	SAD	Bakery & Donut Franchises
9.	InterContinental Hotels and Resorts	Engleska	Hotel Franchises
10.	Subway	SAD	Sandwich & Bagel Franchises

Source: www.franchisedirect.com [6]

Mc Donald's is one of the most famous brands around the world. Certainly does not exist the most famous chain of fast food restaurants. It was founded in 1948, by brothers Richard and Morris McDonald in California. The chain began to expand only in 1955, when entrepreneur Reek Crock urged McDonald's brothers to open more restaurants, which today constitute the world's largest restaurant chain with about 30,000 outlets. This chain then made a blend of fast food, quality services and, above all, low prices. [10]

There are 26 Mc Donald's restaurants in Serbia, of which there are 16 restaurants in Belgrade. They have developed a true partnership with domestic suppliers. Many of their suppliers have developed and expanded their business just by working with Mc Donald's. More than 50% of all foods used to prepare a meal are purchased in Serbia. [9] Mc Donald's has been operating in Serbia for almost thirty years and has since become an example of a company that is unique not only in consistently implementing and applying standards and principles, insisting on quality in every business segment, but also by the way in which takes care of the needs and development of its guests and employees.

3. BENEFITS OF THE FRANCHISE SYSTEM

Franchising is a successful business concept that enables entry into foreign markets and internationalization of business. In its expansion, franchising as a new business model comes to our premises. In Serbia, there are plenty of opportunities to develop franchising, but on the other side, this field is still insufficiently explored, so it is necessary for existing entrepreneurs and large enterprises to become familiar with the benefits of franchising as a business expansion model.

For franchisor, there are many advantages that can be achieved by entering into a franchise:

- establishing brand recognition. One of the strongest reasons for franchising, given that consumers value the brand, and brand recognition is accelerated when expansion goes through franchising;
- rapid market expansion;
- lower costs of procurement, equipment, promotions due to the purchase of large volumes;
- reduction of business risk - eventual failure is borne by the franchisee, even the franchisor can have financial consequences;
- benefits from local knowledge;
- greater motivation (from the status of an employee to the status of the owner) – The franchisee is more motivated in solving the problems of the employees in the enterprise because it is an own investment. [1]

Franchise business today would not have reached such a situation that franchisees did not see the benefits of joining franchise systems. The most important advantages for franchisees are:

- less investment;
- less risk in business;
- the lack of knowledge and experience can be compensated by the training of the franchisor;
- use of a successful and well-known business name and reputation;
- less initial capital is needed to start operations;
- group facilities for procurement;
- less risk of failure;
- standard quality of products is offered through a certified system of operations;
- help with site selection as well as any other assistance before and during business;
- protection from competition. [1]

The actuality of this topic is testified to the fact that this is a concept that greatly contributes to the development of the economy and entrepreneurship itself. This is of particular importance for countries such as Serbia that meets with a high rate of unemployment and a transition process, bearing in mind that the franchising systems influence the opening of new jobs and the engagement of domestic capital.

4. CONCLUSION

Franchising does not have the national borders, and it allows the expansion of the already applied economic systems and the increase in market coverage in international and global terms. The importance of the franchise is mostly reflected in the fact that it enables the formation of a large number of business units in a relatively short period of time, as capital required to open up is provided by the franchisor.

Under the influence of modern business trends and an rapid way of life, consumers are determined for franchise locations in order to avoid unpleasant surprises and disappointments, since famous brands of restaurants, hotels, retailers, wholesale, etc. represent a guarantee of quality. As the brand's value affects the loyalty of consumers and the financial strength and market position of business entities, membership in the franchising system lowers the bad business to a minimum. There is no doubt that the business in the franchise system improves the starting position of an entrepreneur who is a beginner.

Entry into entrepreneurship through a franchise is an entry into one's own business, but not an indulgence for oneself. Research has shown that starting a business in the franchise system rarely fails, and when this happens, this

is most often because the franchisee has not kept the system of work and procedures. In the first year, the franchisee is 30% more successful, while after the fifth and tenth years this percentage is up to 70%.

In franchising, the risk of business failure when starting a business is significantly lower than when starting a stand-alone business. Franchising is a way to use a proven, more successful, business model in a personal business, thereby reducing the likelihood of failure. The franchisee still continues to act substantially with his own resources, at his own risk, but under a different name. A well-known and famous brand is an additional guarantee for greater recognition and an automatically higher number of consumers. Franchising is a shortcut to a more successful business success. In the future, banks are expected to pay more attention to the financing of franchising, as both franchisees and recipients are referred to banks that receive the role of checkpoints and mediators.

REFERENCES

- [1] Damodaran A. (2007), Korporativne finansije, Modus Centar za statistička istraživanja i prognoze, Podgorica,
- [2] Kandić V. (1995), Franšizing, Institut ekonomskih nauka, Beograd
- [3] Pešić A. (2010), Međunarodno poslovanje, Cekom, Sremski Karlovci
- [4] Spasić I. (1996) Franšizing posao, Institut za uporedno pravo, Beograd
- [5] World Investment Report (2011), UNCTAD, New York and Geneva
- [6] www.franchisedirect.com
- [7] www.westchestermagazine.com/914-INC/Q1-2016/Franchising-Report-2016
- [8] <http://franchising.rs/clanak/394/prvi-izvestaj-o-domacim-fransiznim-sistemima-u-srbiji/>
- [9] www.pks.rs/sadrzaj/files/frans%20brosura.pdf
- [10] www.mcdonalds.rs

OPPORTUNITIES TO INTEGRATE IN BULGARIA THE BEST PRACTICES FROM THE USA MODEL OF PRIVATE ENTREPRENEURSHIP HEALTH INSURANCE SYSTEM

Yordanka TashevaUniversity “Prof. Dr A. Zlatarov”, Bulgaria, jtasheva_2006@abv.bg

Abstract: The USA health insurance system is a model that encourages the entrepreneurship development in all kinds of medical care. The problems in USA and partly in Bulgaria concern the big difference between the actual medical care costs and the payment from the health insurance system. The private insurance companies are different in any USA state. In Bulgaria the private insurance companies must be limited and it is necessary to be integrated a central insurance system for the Bulgarian population. It must be controlled by the government state. In Bulgaria must be only one insurance government company and the population shouldn't be divided as poor or rich, or employed or unemployed. In the present conditions the private insurance companies cannot be controlled by the Bulgarian government by giving any advices about the investments, saved by the played population health care insurances.

Keywords: health insurance system, healthcare, entrepreneurship, private insurance companies.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ИНТЕГРИРАНЕ В БЪЛГАРИЯ НА ДОБРИТЕ ПРАКТИКИ ОТ МОДЕЛА ЗА ЧАСТНА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКА ЗДРАВНООСИГУРИТЕЛНА СИСТЕМА В САЩ**Йорданка Ташева**Университет „Проф. д-р А. Златаров”, jtasheva_2006@abv.bg

Резюме: В САЩ се прилага модел за система на здравно осигуряване, в който се насърчава развиването на предприемачество от всякакво естество за полагане на медицински грижи. Проблемите, които съществуват в САЩ и до голяма степен в България, са в това, че се получава голяма разлика между остойностените болнични услуги и заплащането им от здравните каси. Характерно е, че частните осигурителни дружества са много и различни за отделните щати. В България трябва да се ограничат до минимум използването на частните осигурителни дружества, както е в САЩ и да се въведе единна система за осигуряване на населението. Тя трябва да бъде или държавна, или поне да бъде контролирана от държавата. В България трябва да има една осигурителна каса, която обслужва всички и не разграничава хората на безработни, или с по-ниски и с по-високи доходи. Частните дружества трудно могат да бъдат контролирани от държавата, а така също и как изразходват и инвестират парите на тези, които си плащат здравните осигуровки.

Ключови думи: здравно осигуряване, здравна система, предприемачество, частни осигурителни дружества

ВЪВЕДЕНИЕ

В света има голямо разнообразие в прилаганите модели на системи за опазване на общественото здраве. Всички страни планират в бюджета си определен процент от БВП за здравеопазване. Примерно, разходите в САЩ за здравеопазване съставляват около 14% от БВП, във Великобритания – 6%, в страните от Европейския съюз – средно 8%. Добра практика в икономически развитите страни е, че се осигурява значително финансиране на здравеопазването, което ежегодно расте. В страните от Централна и Източна Европа, също така и в развиващите се страни е обратното – финансирането на здравеопазването е недостатъчно. Понастоящем САЩ предприемат решаваща стъпка към социално осигуряване в медицината, което да осигури приблизително едни и същи услуги за най-богатите и най-бедните и така се осигурява покритие на цялото население. Всички застраховани ще имат участие в плащането на услугите. Част от разходите ще бъдат поети от предприемачите. Източниците на бюджетно финансиране все още не са определени. В много икономически развити страни основните принципи на здравеопазването са следните:

1. Насърчаване на разширяването на общественото здраве; цялостно разширяване на безплатната обществено достъпна медицинска помощ.

2. Комбинация от различни здравни системи: държавно, медицинско застраховане и частно предприемачество.

3. Подобряване на първичната извънболнична медицинска помощ, която в повечето страни е семейният лекар.

4. Развитие на профилактиката чрез разработване на държавни програми за превенция на заболяванията; борба за здравословен начин на живот.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Въз основа на извършения сравнителен анализ на здравеопазването в света могат да бъдат изведени някои примери за добри практики за осигуряване на устойчив модел на финансиране на здравноосигурителната система в България, например като тези от САЩ.

1. ОСНОВНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ЧАСТНАТА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКА ЗДРАВНООСИГУРИТЕЛНА СИСТЕМА

Това е система, напълно подчинена на интересите на пазара. В основата на дейността на повечето организации в сферата на здравеопазването се прилага пазарен механизъм. Здравеопазването се финансира главно от личните средства на населението и медицинската помощ се предоставя главно на база такса. При това, здравеопазването се явява не само във вид на медицинска дейност, но и бизнес: лекарите продават медицински услуги, а пациентите ги купуват. Медицинските услуги стават вид потребителски блага. Здравната помощ за населението по правило се оказва от частно практикуващи лекари, които водят прием в своите частни кабинети и получават заплата за своя труд непосредствено от пациента (хонорар) или чрез застрахователна организация. Кабинетът, приемната, оборудването, инструментите – всичко това е лична собственост на лекаря. Работодател и работник, ръководител и изпълнител са комбинирани в едно лице. Творческите мотиви и професионалните задължения се допълват от икономически стимули. [8] Даже във формално отношение, лекарите на частна практика не са наемни служители. Действащи на договорна основа, той притежава определена автономия: той може да определи списък с предоставяните услуги, да работи на непълнен работен ден в болница, да наема помощници и да заплаща техния труд. Въпреки това, като работи самостоятелно, лекарят не е в състояние да осигури изчерпателен преглед и лечение, както и консултации със лекари специалисти. През последните години системата за групова практика е широко разпространена, когато няколко (обикновено 5-7) лекари се разполагат в една стая, включително и медицински специалисти. Груповата практика позволява на лекарите да споделят скъпо оборудване и да наемат медицински персонал. Цените на медицинските услуги растат много бързо, значително изпреварват ръста на цените на потребителските и други услуги. За това, жителите на страните с частна предприемаческа здравноосигурителна система предпочитат да бъдат осигурени, като харчат за здравноосигурителни полици на частни застрахователни компании средно 10% от семейния си доход. По този начин, обемът и качеството на медицинската помощ определят паричните средства, които пациентът може да изразходва. Хората с лошо здравословно състояние и висока вероятност от заболявания, обикновено се застраховат за голяма сума и могат да разчитат да заплатят по-значителна сума за лечение. [6]

Именно тази зависимост на обема медицинска помощ от размера на вноските, т.е. от платежоспособността на човека, отличава частното медицинско застраховане (при което всеки плаща за себе си), от социалното (при което действа принципа на солидарността).

Предимно частната здравноосигурителна система е характерна за Съединените Американски Щати – страната с най-ясно изразени капиталистически отношения и пазарна икономика – развита в условия на свободен пазар. Професионалните медицински асоциации имали огромна власт и не допусkali държавна намеса. В страната се прилагат два типа частно медицинско застраховане – индивидуално и групово. Груповото застраховане обхваща 74% работещите в частния икономически сектор и 80% от държавния. За сметка на този вид застрахова, повече от една трета от всички медицински услуги, особено най-скъпите, болница (повече от 35%) и почти половината от извънболничната лекарска помощ. В страната има повече от 2000 застрахователни компании. От тях две са най-големи, занимаващи се предимно със застраховане на болнична и извънболнична помощ – „Син кръст“ и „Син щит“. [1] В САЩ няма единна доброволна медицинска застрахова. Има различни нейни видове – за болнична помощ, амбулаторна, лекарска, сестринска, хирургическа и др. Дори, ако се застраховаш на всички видове медицинска помощ, това не гарантира пълно погасяване и заплащане за медицинска помощ, т.е. известна част трябва да бъде поета от застрахования. Получава се негативен ефект, при който цените на здравните грижи нараства с бързи темпове, а реалният обем и достъпност до здравни услуги за мнозинството от гражданите намалява: те заплащат 3/4 от разходите на ОПЛ, пълното лечение при зъболекар, закупуването на лекарства, очила,

протези и следболничното прибиране у дома. Особено високи са разходите за хоспитализацията и провеждането на сложни операции.

Федералния бюджет, държавните бюджети и органите на местната власт се финансират от приети през 1965г. програми "Medicare" и "Medicaid". [1]

"Medicare" е единна национална програма за медицински грижи за възрастни хора (над 65-годишна възраст) и хора, загубили работоспособност. Програмата предвижда изплащане на инвалидни пенсии за 2 и повече години, задължително осигуряване на възрастни хора в случай на хоспитализация. Те получават болнични и послеболнични грижи у дома и място в хоспис. Втората част на програмата предполага допълнителна доброволна застраховка, при която държавата покрива 80% от разходите за лечение, а останалите 20% се изплащат от самите пациенти. Програмата „Medicare“ осигурява застраховане на 13% от населението на страната.

„Medicaid“ е държавна програма за здравна помощ за семейства с ниски доходи. Тя обхваща 10% от населението. Програмата „Medicaid“ се субсидира от федералното правителство, но се управлява от щатните закони. Семейството има право на обезщетения от „Medicaid“, ако доходите му са под определено ниво, определено от всеки щат. Бедните хора получават безплатна медицинска помощ по програмата „Medicaid“, ако имат деца, които са бременни, слепи, инвалиди или възрастни хора. И все пак, около 60% от тези, които живеят под прага на бедността, не влизат в програмата. „Medicaid“ покрива разходите за профилактика, лечение на остри заболявания и дългосрочни медицински грижи. Прилагането на програмата има голяма финансова тежест, поради нарастващия брой бедни граждани, които се нуждаят от безплатна помощ.

Дори и след въвеждането на програмите „Medicare“ и „Medicaid“, значителна част от американското население, което не е в категорията на възрастните и бедните, дълго време не можеше да си позволи пълно здравно лечение. От 60-те години на миналия век "популяризирането на здравето" (Health Maintenance Organizations) става все по-популярно. Всъщност тези организации са застрахователни дружества, работещи в условията на ожесточена конкуренция по различни схеми. Те се занимават с осигуряване основно на важните видове здравно лечение. Интересна е новата концепция, която тези организации прилагат - "управляема медицинска помощ" (managed care). Като организации, които поддържат здравето, те са платци на всички видове медицински услуги и посредством правилно управление те са в състояние да намалят разходите - за сметка на превенцията (в случаите, когато е икономически ефективен), лечение в амбулаторни условия, вместо в стационари, избягване на неефективно и неоправдано лечение. Тези организации се поддържат от много обществени асоциации, местни администрации и спонсори. Те обслужват повече от 35 милиона американски граждани. [6]

Разходите за здравеопазване в САЩ превишават 14% от БВП. Сумата, отделяна ежегодно за тези цели, достига 1000 милиарда долара (повече от 3000 долара на човек). С тези най-високи разходи в световен мащаб, здравните показатели на населението на страната са относително ниски. Продължителността на живота на бялото население е по-ниска от тази на повечето европейски държави. Що се отнася до чернокожите американци, показателите им за продължителност на живота са сравними с тези на Източна Европа. Парадокс е, че американската медицина е най-развита в света и едновременно 15% от населението няма възможност да използва услугите ѝ, а други 15% са осигурени непълно. По този начин огромните разходи за здравеопазване в САЩ не дават адекватни резултати и проблемът с достъпа до медицински грижи остава нерешен. В тази връзка се признава, че американската система за здравеопазване трябва да бъде реформирана. [2] В следствие реформата не ликвидира свободната практика на лекарите. Онези от тях, които ще обслужват застрахованите, трябва да станат участници в един от застрахователните кръгове, към които ще се присъединят независими, частни застрахователни компании. Възможно е лекарите от системата на всеобщата медицинска застраховка да бъдат прехвърлени на заплата, която не е пряко свързана с доходите от обслужваните пациенти. В същото време, по-голямата част от лекарите са съгласни с реформата, тъй като разходите за съществуващия ред са във вид на бюрократично отлагане, уязвимост пред частни застрахователни компании, както и пациентите с дела, високата цена на болничните легла са преимущества за лекарите на свободна практика.

2. ОСОБЕНОСТИТЕ НА ЗДРАВНИТЕ СИСТЕМИ НА БЪЛГАРИЯ И САЩ

В България през последните години се правят доста опити, да се въка здравното осигуряване в някакъв ред, като се използват два модела. Единият, държавна здравна каса и другият – частни осигурителни дружества. В САЩ няма държавна осигурителна каса, а само частни осигурителни дружества, които са различни за различните щати. В САЩ осигурителните дружества обикновено работят на две нива. Първото ниво, изисква болният да отиде до личния си лекар или "джипито", както е по известно у нас и той да го

изпрати при съответният специалист. Второто пък, позволява на пациента сам да си избере специалист за визитация, без да минава през “джипито”. Това изисква по-високо заплащане. Ако, пък болният, трябва да влезе в болница, той пребивава около 1 месец там, след което се изважда и се вкарва в специален “хоспис”, където минава на друг режим на здравно осигуряване и обслужване. Еднаквото между здравните системи на САЩ и България е, че и в двете страни има много хора, които нямат здравни осигуровки и разносните по тяхното лечение се покриват от тези, които си плащат здравните осигуровки. И в двете страни “Бърза помощ” се използва за лечение на неосигурените болни, което довежда до напрежение в цялата здравна система. И в САЩ и у нас, сегашните правителства полагат големи усилия да създадат ред и да подобрят здравното осигуряване на населението. Но за разлика от щатите, които са богата страна и могат да си позволят, постепенно провеждане на здравната реформа, в България парите не достигат и правителството е изправено „до стената”, болници се затварят и лекарите плашат със стачка. Колко време ще продължи това безпаричие е трудно да се каже. В България трябва да се ограничат до минимум използването на частните осигурителни дружества, както е в САЩ и да се въведе единна система за осигуряване на населението, която система да бъде или държавна или поне да бъде контролирана от държавата. [8] Много по-лесно е да се контролира една-единствена осигурителна служба или агенция, отколкото да се контролират множество такива. В България, не трябва да се търси моделът, който е в щатите, а да се търси този, който го има в почти всички европейски страни, където има една осигурителна каса, която обслужва всички и не разграничава хората на безработни, или с по-ниски и с по-високи доходи. Частните дружества трудно могат да бъдат контролирани от държавата, а така също и как изразходват и инвестират парите на тези, които си плащат здравните осигуровки. [5] Проблемите, които съществуват в САЩ и до голяма степен в България, са в това, че здравните каси, не изплащат онова, което изискват болниците. Така се получава голяма разлика между остойностените болнични услуги и заплащането им от здравните каси.

3. СРАВНИТЕЛЕН АНАЛИЗ НА ЗДРАВНООСИГУРИТЕЛНИТЕ СИСТЕМИ НА БЪЛГАРИЯ И САЩ. [5]

	България	САЩ
Обхват на осигуряването	Право имат всички граждани в страната, както и граждани от др. държави и чужденци със постоянно пребиваване и лицата със статут на бежанец.	Не съществува национална здравноосигурителна система, която да покрие всички граждани. Преобладават частните организации и институции в сферата на здравното обслужване. Държавата финансира само определени групи от населението чрез федерални и щатски програми.
Осигурителни вноски	Вноската е разделена в % между работодателя и работника, като идеята е осигурителната тежест на работодателя да се намалява, а на работника да се увеличава да достигне до съотношение 50:50	Американците нямат "социално осигуряване". Конкуриращи се частни застраховки покриват разходите им за здраве и изплащат пенсията. В САЩ всеки работник може да си открие спестовна сметка за здраве, която е освободена от данъци. В тази сметка предприятието, което го е наело внася определена сума за всяка година.
Осигурители и осигурени лица	Осигурителите са юридически субекти, които имат задължението да участват в набирането на средствата, необходими за осъществяване на ЗЗО. Те биват: държавни (държавата със средства от Републиканския бюджет и общинският съвет със средства от общинския бюджет) и недържавни (работодателите и самоосигуряващите се). [7]	Осигурител е държавата съответно за здравноосигурителните програми. Иначе здравното осигуряване в страната е доброволно. Всеки може да се осигури сам чрез индивидуална полица или работодателя му да осигури него и семейството му с фирмена осигуровка.
Права	Гражданите имат право на получаване на качествена медицинска помощ; спешна помощ; информации от РЗОК и НЗОК относно правата и задълженията и участие в управлението на НЗОК, чрез свои представители.	- Пациентът има право да избере всеки лекар или болница в страната като може да плати директно или да покрие разходите чрез осигуровката си; - Осигуреното лице има право един път месечно да получава справка, която показва състоянието на сметката му; - При преглед при специалист, лекарят осигурил първичните грижи трябва да даде направление с няколко имена. Пациентът има право сам да избере

		при кого да отиде; - Всеки пациент има право на ваучер за 150 щ.д. ежегодно за превантивна медицина.
Структура и управление	НЗОК се състои от централно управление и 28 териториални поделения РЗОК. Управителни органи са: събранието; управителния съвет; контролния съвет и директорите на НЗОК и РЗОК.	Системата на органи и институции в система-та на здравеопазването включва държавни органи на федерално и щатско равнище, както и частни организации със стопанска и нестопанска цел
Доброволно здравно осигуряване	В България има много добре развит пазар на доброволно здравно осигуряване. [7]	Цялата система на здравно осигуряване в САЩ е на доброволен принцип.
Заплащане на медицинския персонал и болниците	Заплащането е със заплата и капитация.	Капитация (за записан пациент) за предвари-телно определен пакет от услуги на месец. Такси за извършени от лечебното заведение /лекар/ за здравни услуги.
Пакет медицински услуги	Минималния пакет е: медицински и стоматологически дейности за пред-пазване и рано откриване на заболяването; мед. рехабилитация; неотложна мед.помощ; мед.грижи при бременност раждане и майчинство; аборти по мед.показания; стоматологична и зъботехническа помощ; мед.грижи за лечение в дома; лекарствени средства за домашно лечение; транспорт и мед. Експерти за от ЛКК.	Осигуровките покриват определен списък с медикаменти и процедури. Всеки пациент има право да избира свободно лекар или болница в страната, при което може да заплати за услугата, която му е оказана директно или да покрие разходите от осигуровката си. При втория случай предоставящите здравна помощ изпращат копие с разходите на пациента до съответната институция. Финансираните от държавата програми също включват пакет от медицински услуги.
Финансиране	Средствата се набират от: осигурителни вноски; лихви и приходи от имуществото на касата; глоби; дарения; завещания; такси от министерския съвет и др.	Значително публично финансиране. Има 3 системи: Medicare покрива здравеопазването на лица достигнали определена възраст и пенсионирани; Medicaid е за социално слабите и State Children's Health Insurance Program покрива деца на семейства с нисък доход.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ – АНАЛИЗ И ИЗВОДИ

Сравнявайки здравноосигурителните системи на България и САЩ едва ли можем да посочим най-добра сред тях. Всяка от тези системи има свои предимства и недостатъци, било като уредба и закони, или пък в практиката, в осъществяване на здравното обслужване. Главен недостатък на здравната система на САЩ е, че е на доброволен принцип, няма единна изградена такава и следователно не обхваща цялото население. По този начин много хора остават извън системата по редица причини, главно финансови. Държавата губи и много средства от това, че освобождава работодателите, които внасят осигуровки за своите работници от данъците върху съответната сума. Влагат се изключително много парични средства, а в същото време системата не е достъпна за всички граждани. Разбира се не може да се отрече, че здравноосигурителните програми, създадени за подпомагане на определени рискови слоеве от населението обхващат доста голяма част от него, която иначе също би останала извън системата за здравно осигуряване. Положителна страна на тази система е това, че пациентът има право на свободен избор на лекар, избира само и единствено на база собствените си интереси, предоставят му се алтернативи, липсва елемент на принуда, било то и неволна. [3,4] В крайна сметка, обаче, би било добре да се създаде национална здравноосигурителна система, която да обхваща всички граждани. Здравната система в България е всеобхватни, т.е. обхваща цялото население на страната. Разбира се, в България съществува и условието лицето да си е внасяло редовно здравните вноски. В България разглеждайки ЗЗО се вижда, че тук за нас работи една почти съвършена здравноосигурителна система. На практика, обаче, нещата не стоят така - може би този закон не се прилага толкова прецизно. Например, здравните осигуровки са задължителни, но много хора по редица причини не ги плащат редовно (нямат финансова възможност, работят от дълго време в чужбина и др.). Въпреки това, държавата не намира начин, по който да ги задължи да си направят плащанията по здравните осигуровки. В същото време, ако дадено лице внесе здравните си осигуровки за предходните няколко месеца, пак придобива непрекъснати здравноосигурителни права. Така останалите, които редовно се осигуряват за здравеопазване, се чувстват ошетенени.

Системата на обслужване на пациентите от лични лекари също има много недостатъци: [5]

1. Един личен лекар има прекалено много записани пациенти, поради липса на ограничения за това, а в същото време няма физическата възможност да им предостави качествени услуги;

2. Не се дават направления, поради наложени ограничения и така пациент, който е здравноосигурен се принуждава да си плати при частен специалист, ако му е крайно наложително;

3. Може да се каже, че здравноосигурените лица не получават качествено медицинско и здравно обслужване.

Разбира се здравноосигурителната система има и редица положителни страни, които също не са малко. Например, всяко осигурено лице има право само да избира личния си лекар. [2] Също така, има много групи хора, които са освободени от плащане на здравна осигуровка и държавата им я внася. Освен това пакета медицински услуги, който се предлага също е доста широко обхванен. Болничната грижа е достъпна и капацитета на болниците за брой легла е доста голям и може да се каже дори достатъчен. Съществува доброволното здравно осигуряване като алтернатива, което може би до известна степен дава на българина достъп до по-качествено медицинско обслужване, поне на тези които имат финансови възможности да се осигурят доброволно.

В България се правят и много злоупотреби от страната на лекарите в системата най-вече, затова следва да се работи в тази насока и да се търсят ефективни санкции и глоби, а също да се прилагат. Друг недостатък на нашата система, е че ресурсите, които се влагат в нея и особено частта, получавана от държавата са крайно не достатъчни. [3,4]

Сравнението между двете здравноосигурителни системи ни показва, че всяка една от тях работи ефективно в една насока, а в друга има недостатъци, което е неизбежно. Но от особена важност за Българското здравеопазване е тези недостатъци да не пречат на това пациентът да получава качествена медицинска помощ и да не се нарушават правата му. Успоредно с това трябва да се работи за тяхното преодоляване.

ЛИТЕРАТУРА

[1] Венедиктов Д. Д., Очерки системной теории и стратегии здравоохранения, „Медицина”, Москва, 2017

[2] Петкова - Георгиева, Ст., Насоки за усъвършенстване структурирането на дейностите по здравеопазване, академично списание „Управление и образование”, т. XII, кн.1, стр. 122-128, Бургас, 2016.

[3] Петкова – Георгиева, Ст., Приложение на икономическия анализ за подобряване ефективността на дейностите в здравеопазването – първа част, академично списание „Управление и образование”, т. XIII, кн.1, стр.118-122, Бургас, 2017.

[4] Петкова – Георгиева, Ст., Приложение на икономическия анализ за подобряване ефективността на дейностите в здравеопазването – втора част, академично списание „Управление и образование”, т. XIV, кн.1, стр.109-117, Бургас, 2018.

[5] Петкова – Георгиева, Ст., Икономика на здравеопазването, учебник, стр. 1-214, Университетско издание на „Проф. д-р Асен Златаров”, ISBN 978-619-7123-75-3, Бургас, 2017.

[6] Савицкая Г. В., Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: методологические аспекты: Научное издание, ИНФРА – М, Москва, 2012.

[7] Янакиева, А., Стратегически подход за оценяване конкурентоспособността на здравно – възстановителните организации, академично списание „Управление и образование”, т. XIV, кн.1, стр. 176-181, Бургас, 2017.

[8] Petkova – Georgieva, St., The Importance of the Conceptual Controlling Model in the Health and Care Management System Using as an Example the Management of a Hospital, annual of “Prof. Dr. Assen Zlatarov”, v. XLVI, book 2, стр. 109 - 114, Bургас, Bulgaria, 2017.

ENVIRONMENTAL MODEL OF ENTREPRENEURSHIP IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT FUNCTION WITH GLOBALIZATION CONDITIONS

Jovana RadulovićBelgrade Business School – Higher Education for Applied Studies, jovana.radulovic@bbs.edu.rs**Tijana Milanović**Belgrade Business School – Higher Education for Applied Studies, tijana.milanovic@bbs.edu.rs**Radica Jovanović**Belgrade Business School – Higher Education for Applied Studies, radica.jovanovic@bbs.edu.rs

Abstract: In the conditions of the global economic crisis, technical and technological and social changes, entrepreneurship is imposed as a counterbalance to globalization, due to uncertain market factors and destabilized national economies. One of the world's socioeconomic side effects is global solidarity: a way of thinking about society and the environment that makes ecology along with small and medium-sized enterprises the main parameters of economic reforms on a global scale. Bearing in mind that entrepreneurship represents a specific, tangible approach to making profit in terms of observing and exploiting business opportunities in the market, dictated by innovative, technological and social conditions, companies around the world, and at the level of development strategies of government governments, implement the concept of sustainable development into their business plans, focusing not only on financial gain, but also on the social aspect of having a positive impact on society. The ecological dimension of sustainable development relates primarily to the broader notion of profit making: the ability of society to change for the better in the fields of employment, education, recycling and cultural activities. Companies based on ecological principles are now called sustainable / ecological enterprises, and an economy based on the study of environmental resources for environmental economies. However, the education itself and the development of ethics on the environment in the environment are largely hampered by the development of ecological entrepreneurship, since the destruction of the Earth's ecosystems is not provable with sufficient scientific truth, and on the other hand, global NGOs constantly point to the advantage of an ecological business model as an investment asset because the environmental problem global, and therefore allows for international cooperation, while ecological companies create value in the same way as ecosystems: not producing waste or wasting unsustainable resources.

Keywords: ecology, entrepreneurship, globalization, concept of sustainable development

EKOLOŠKI MODEL PREDUZETNIŠTVA U FUNKCIJI ODRŽIVOG RAZVOJAU USLOVIMA GLOBALIZACIJE**Jovana Radulović**Belgrade Business School – Higher Education for Applied Studies, jovana.radulovic@bbs.edu.rs**Tijana Milanović**Belgrade Business School – Higher Education for Applied Studies, tijana.milanovic@bbs.edu.rs**Radica Jovanović**Belgrade Business School – Higher Education for Applied Studies, radica.jovanovic@bbs.edu.rs

Sažetak: U uslovima globalne ekonomske krize, tehničko-tehnološke i društvenih promena, preduzetništvo se nameće kao kontrabalans globalizaciji, usled neizvesnih tržišnih faktora i destabilizovanih nacionalnih ekonomija. Jedna od svetskih društveno–ekonomskih nuspojava jeste globalna solidarnost: način razmišljanja o društvu i okolini što ekologiju uz mala i srednja preduzeća čini glavnim parametrima privrednih reformi na globalnom nivou. Imajući u vidu da preduzetništvo predstavlja specifičan ciljani pristup ostvarenju profita u smislu posmatranja i iskorišćavanja poslovnih prilika na tržištu, koje diktiraju inovativni, tehnološki i društveni uslovi, preduzeća širom sveta, ali i na nivou razvojnih strategija vlada država, implementiraju koncept održivog razvoja u svoje biznis planove, fokusirajući se ne samo na finansijsku dobit već i na socijalni aspekt da se pozitivno utiče na društvo. Ekološka dimenzija održivog razvoja se pre svega odnosi na širi pojam ostvarenja profita: mogućnost da se društvo menja na bolje u oblasti zapošljavanja, obrazovanja, reciklaža i kulturnih aktivnosti. Preduzeća koja se zasnivaju na ekološkim principima se danas nazivaju održiva/ekološka preduzeća, a ekonomija bazirana na izučavanju resursa

životne sredine ekonomija životne sredine. Međutim, sama edukacija i razvoj etike o životnoj sredini u mnogome sputavaju razvoj ekološkog preduzetništva, jer uništavanje Zemljinih ekosistema nije dokazivo sa dovoljno naučne istinitosti, a sa druge strane, svetske nevladine organizacije konstantno ukazuju na prednost ekološkog modela poslovanja kao investicijskog aduta jer problem životne sredine jeste globalan i samim tim omogućava internacionalnu saradnju, dok ekološka preduzeća stvaraju vrednost na isti način kao ekosistemi: ne proizvodeći otpad niti trošeći neodržive resurse.

Ključne reči: ekologija, preduzetništvo, globalizacija, koncept održivog razvoja

1. GLOBALIZACIJA, SVETSKO TRŽIŠTE I ŽIVOTNA SREDINA

Kako se rastuća globalna ekspanzija i međunarodna konkurencija odvijaju, kako na tržištu industrijskog tako i na globalnom tržištu, za preduzećase javljaju imperativne indikacije da razviju održive preduzetničke planove. U skladu sa tim, preduzetnici nastoje da razviju nove ideje i procese za svoje poduhvate kako bi održali svoju trenutnu poziciju u budućnosti.

1.2. Stvaranje globalnih uslova za održivo preduzetništvo

Fenomen globalizacije vezan je za suštinske promene u svetskoj privredi i njen uticaj reflektuje se na više nivoa: prema [1], globalizacija ima deskriptivno značenje i to kao:

-ekonomska globalizacija

-na industrijskom nivou

- na nivou biznis interakcije

-kao ideja o globalnoj kulturi i\ili konzumerstvu

Generalno, globalizacija doprinosi integraciji tržišta i defragmentaciji privreda širom sveta, doprinoseći većoj nezavisnosti onih ekonomija čije bi firme i preduzeća trebalo da se pozicioniraju na svetskom tržištu.

Međutim, postoji i negativna konstelacija tumačenja efekata globalizacije, jednu od njih autor [1] dalje pominje kako kritičari globalizacije „navode da globalizacija podriva nacionalni suverenitet, umanjujući sposobnost individualnih vlada da izvedu autonomnu ekonomsku politiku i da implementiraju efektivnu nacionalnu regulativu“. Upravo zato, uspešno poslovanje u uslovima globalizacije se smatra tekovinom „moderne diplomatije“ tj. efektivnim usklađivanjem nacionalnih ekonomija sa svetskim tržištem. Krajnje ekstremni vid savremenoj globalizaciji s obzirom da je ona počela, kako autor navodi [1] još sa formiranjem UN 1945. uspostavljanjem **Evropske ekonomske zajednice** 1957. kao i sa konstantnim razvojem transporta i komunikacija, predstavlja *antiglobalizam*, kao otpor svetskoj dominaciji kapitala, kako je navedeno [2] čemu svedoče brojna zasedanja:

- **IMF**-a (Međunarodnog monetarnog fonda),
- **WEF**- a (Svetskog ekonomskog foruma),
- **WTO**-a (Svetske trgovinske organizacije),
- **NATO**-a (organizacije Severnoatlantskog sporazuma)
- **G7 i G8** (Samita ministara najrazvijenijih zemalja sveta

i sličnih međunarodnih organizacija i foruma, koja ne mogu proteći bez masovnih demonstracija antiglobalista i antimondijalista protiv globalizacije, protiv kontrole transnacionalnog finansijskog i trgovačkog kapitala nad nacionalnim privredama (Đenova, Sijetl, Vašington, Porto Alegre, Grenobl, Barselona, Johanenburg i dr.) kako naglašavada autor [2].

Voda, vazduh, zemlja su elementarni egzistencijalni faktori koji obezbeđuju uslove za život na Zemlji i posledice izazvane neadekvatnim tretiranjem tih resursa predstavljaju ekološke probleme koji ne poznaju granice, dakle, globalne probleme, koji su istovremeno i lokalni, regionalni i svetski [2] što ekologiju dovodi u okvire ekonomskih parametara, odnosno, bilo na nacionalnom ili globalnom nivou, poslovanje na tržištu je neophodno prilagoditi ekološkim modelima tj. *ekologizaciju globalnih strategija*.

1.2. Odnos tržišta i životne sredine

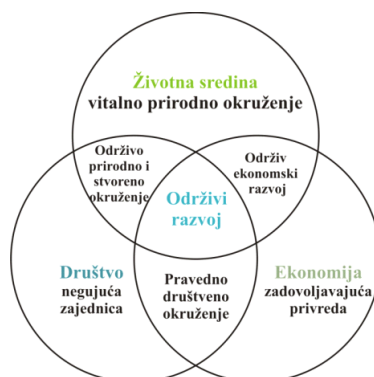
Interakcije ili relacije između tržišta i životne sredine su vrlo složene i tiču se više političkog pristupa ekonomiji i same ekološke institucionalizacije u državama, tj. svest o održivom razvoju kroz ekološku dimenziju predstavlja spremnost pravno-regulatornih tela jedne države da implementiraju ekološki model u društveni razvoj. U skladu sa tim, autori [3] smatraju da proizvodnja tržišnih dobara u jednoj državi gotovo uvek predstavlja istovremeno i štetu na račun životne sredine, najedan ili drugi način, tj. da će povećana potreba za izvozom izazvati povećano zagađenjene životne sredine, usled nedostatka tehnologija za kontrolu polucija i institucija koje bi bile nadležne za takva pitanja. Upravo iz ovih razloga, postoje mnoge restrikcije na tržištu da bi se zaštitila životna sredina. Svetsko tržište ujedno ulaže izvesne napore u smislu poboljšanja odnosa zemalja na tržištu prema ekološkim problemima, navodeći ih da implementiraju tržišne ekološke strategije protiv fenomena poput „*race to the bottom*“ (slob. prev. aut.

„trka do kraja“) progresivnog oslabljenja ekoloških standarda uslovljenih potrebom kompetentnosti pri stalno rastuće integriranoj ekonomiji, ili strategije poznata kao „*pollution havens*“ (slob.prev.aut. „rajevi zagađenja“) gde firme sa visokim stepenom zagađenja koriste mobilnost investicijskog kapitala kao parametar za ulaganje u zemlje u ravoju gde su standardi životne sredine manje restriktivni, kako navode autori [3]. Dakle, u visoko razvijenim zemljama postoji i opasnost eksploatacije drugih, manje razvijenih zemalja na tržištu, kao i dosad, ali su iste te zemlje i nosioci ozbiljno formiranih i organizovanih institucija i politika životnih sredina.

2.KONCEPT ODRŽIVOG RAZVOJA

2.1.Definicija koncepta održivog razvoja

Koncept održivog razvoja (engl. *Concept of sustainable development*) predstavlja princip dugoročnog ulaganja u međuzavisan odnos ljudskog društva i njegove prirodne sredine, poštujući pritom ravnotežu između potrošnje resursa i sposobnosti obnavljanja prirodnih sistema. Kao koncept, održivi razvoj se pre svega odnosi na ekonomski, socijalni i ekološki prosperitet. Ne postoji jedna, jedinstvena definicija koncepta održivog razvoja, mada Svetska komisija za okruženje i razvoj (*World Commission on Environment and Development*) uvodi jednu stipulativnu definiciju[4] koja se može uzeti za referentnu i koja glasi: „Održivi razvoj je razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjice ne dovodeći u pitanje sposobnost budućih generacija da zadovolje svoje potrebe“.



Slika1: Šema koncepta održivog razvoja

Izvor: <http://www.ciljeviodrzivograzvoja.net/>

- **Primena koncepta održivog razvoja u praksi i kritički osvrt na njegovu primenu**

UN su globalne ciljeve održivog razvoja definisale u 17 tačaka sa potciljevima[5]:

- **CILJ 1.** Okončati siromaštvo svuda i u svim oblicima
- **CILJ 2.** Okončati glad, postići bezbednost hrane i poboljšanu ishranu i promovisati održivu poljoprivredu
- **CILJ 3.** Obezbediti zdrav život i promovisati blagostanje za ljude svih generacija
- **CILJ 4.** Obezbediti inkluzivno i kvalitetno obrazovanje i promovisati mogućnost celoživotnog učenja
- **CILJ 5.** Postići rodnu ravnopravnost i osnaživati sve žene i devojčice
- **CILJ 6.** Obezbediti sanitarne uslove i pristup pijaćoj vodi za sve
- **CILJ 7.** Osigurati pristup dostupnoj, pouzdanoj, održivoj i modernoj energiji za sve
- **CILJ 8.** Promovisati inkluzivan i održiv ekonomski rast, zaposlenost i dostojanstven rad za sve
- **CILJ 9.** Izgraditi prilagodljivu strukturu, promovisati održivu industrijalizaciju i podsticati inovativnost
- **CILJ 10.** Smanjiti nejednakost između i unutar država
- **CILJ 11.** Učiniti gradove i ljudska naselja bezbednim, inkluzivnim, prilagodljivim i održivim
- **CILJ 12.** Smanjiti nejednakost između i unutar država
- **CILJ 13.** Preduzeti hitnu akciju u borbi protiv klimatskih promena i njenih posledica
- **CILJ 14.** Očuvati i održivo koristiti okeane, mora i morske resurse za održivi razvoj
- **CILJ 15.** Održivo upravljati šumama, suzbiti dezertifikaciju, zaustaviti i preokrenuti degradaciju zemljišta i sprečiti uništavanje biodiverziteta
- **CILJ 16.** Promovisati miroljubiva i inkluzivna društva za održivi razvoj, obezbediti pristup pravdi

za sve i izgraditi efikasne, pouzdane i inkluzivne institucije na svim nivoima

- **CILJ 17.** Učvrstiti globalno partnerstvo za razvoj

S obzirom da se konkretno u ovom radu, koncept održivog razvoja posmatra sa aspekta relacija ekonomski održivih parametara i poslovnih inovacija, sami ciljevi koncepta održivog razvoja (engl. *Sustainable Development Goals* – u produžetku *SDG*) predstavljaju iz godine u godinu više vid artikulisanja i kreiranja jednog “internacionalnog koncenzusa kao trijumf moderne diplomatije, i kako dalje navodi u članku za svetski ekonomski forum autor[6] “nalazeći solucije i rešenja počevši od vlada, preko stejkholdera, pa sve do segmenata društava koja imaju jako malo dodirnih tačaka, što nikad neće biti lako.

3. ODRŽIVO PREDUZETNIŠTVO

Održivo preduzetništvo označava primenu koncepta održivosti u preduzetništvu čije se poslovanje bazira na povećanju kako društvene tako i poslovne vrednosti - tzv. zajedničke vrednosti. Održivo preduzetništvo doprinosi rešavanju najizazovnijih problema na svetu, kao što su: klimatske promene, finansijska kriza, politička nesigurnost kao i osiguranje poslovnog uspeha. Međutim, u poslednjoj deceniji, društvo je eksponencijalno poraslo, i sve se više teži da se razume stvarni uticaj i vrednost preduzeća konceptijom održivosti u poslovanju.

3.1. Uslovi za razvoj održivog preduzetništva

Istorijski gledano, uspeh preduzeća je objašnjen gotovo isključivo zasnovan na svojim ekonomskim performansama. Svrha preduzetništva u prvom planu je bila stvaranje ekonomskih dobitaka, profitabilnih poduhvata ili, u nekim slučajevima, za stvaranje izvora zapošljavanja. To su faktori koji bi tradicionalno mogli odrediti doprinos preduzetništva. Stvaranje vrednosti obično je mereno u ekonomsko-finansijskom smislu, po indikatorima kao što su prodaja, profit itd. U međuvremenu, pitanja životne sredine i socijalna pitanja uglavnom su izbegnuta. Pitanja koja se odnose na ekološku i socijalnu ulogu koju preduzeća imaju, nisu do skoro ibili su predmet diskusije. Postepeno je termin bioevoluirajući, ka širem pristupu bliže ideji u smislu da su kompanije trebale biti svesne svojih uticaja aktivnosti sa ekološke i društvene perspektive, ne samo korišćenjem ekonomskih faktora. Tradicionalno shvatanje stvaranja vrednosti samo u smislu ekonomskog profita proširilo se napokrivajući neekonomske dobiti pa je sve veći broj istraživača je počeo da obraća pažnju na vezu između održivog razvoja i preduzetništva. Ta veza je zasnovana na uticaju, koje preduzeće ima na kontinuitet životne sredine (npr. adekvatan i efikasan lanac snabdevanja, visok nivo sigurnosti proizvoda i higijena itd.) i diskontinuiteta (npr. zagađenje, degradacija zemljišta, klimatske promene).

3.2. Teorijski okviri održivog preduzetništva, pojam i definicija

Održivo preduzetništvo je danas pojam, koji započinje održivim upravljanjem i preduzetničkom inicijativom. Govoreći o održivom preduzetništvu, ne postoji univerzalno definisanje o preciznom značenju samog pojma. Na primer, autori [7] opisuju održivo preduzetništvo kao buduće orijentisano i da doprinosi ekonomskom prosperitetu, socijalnoj pravdi, i zaštiti životne sredine. Jedan deo istraživača [8] podrazumeva da je održivo preduzetništvo pojam koji je okrenut i koji se fokusira na pitanja životne sredine. Međutim, moglo bi se tvrditi da je domen održivog preduzetništva još uvek u povoju. Stoga, se održivo preduzetništvo može definisati kao trajni preduzetnički proces koji usmerava organizacione ciljeve u skladu sa centralnim osnovnim vrednostima organizacije. Organizacioni ciljevi odnose se na stvaranje, evaluaciju i eksploataciju mogućnosti koje promovišu unutrašnje i eksterne održive razvojne dobitke unutar linije ekonomskih, društvenih i ekoloških uslova.

3.3. Kategorije/vrste preduzetništva

Na osnovu nalaza pregleda literature, preduzetništvo može biti kategorizovano u sledeće grupe, kao što su:

- (a) konvencionalno / ekonomsko preduzetništvo,
- (b) ekološko / održivo preduzetništvo i
- (v) društveno preduzetništvo.

Tabela 1 daje osnovno objašnjenje ova tri tipa.

Tabela 1 Tipovi/vrste preduzetništva.

Tipovi	Objašnjenje
Konvencionalno/ekonomsko preduzetništvo	Biti ekonomski vođeni, oportunistički i ostvariti visok profit, kroz pretpostavku pretpostavke rizika, inovacije proizvoda ili procesa.
Ekološko – održivo preduzetništvo	Biti ekološki orijentisan, očuvati prirodne resurse i stvarati ekonomski razvoj
Socio-kulturno preduzetništvo	Biti socijalno orijentisan i promovisati vrednosti i ciljeve socijalne zaštite

Izvor: Prilagođen *Richomme-Huet i Freyman* (2011) i *Tilley and Young* (2009)

Source: Adapted from *Richomme-Huet and Freyman* (2011) and *Tilley and Young* (2009)

4. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Koncept održivog razvoja predstavlja novi okvir transformacije privreda na svetskom nivou. Funkcionalno on preuzima ulogu globalne strategije na dugoročnom planu, pritom dajući šansu nacionalnim ekonomijama da izbalansiraju između domaće proizvodnje i tržišnih neizvesnosti, navodeći preduzetnike da usklađuju dimenziju poslovanja sa društvenim, ekološkim i ekonomski dimenzijama održivosti. Održivo preduzetništvo mora se fokusirati na osobine održivih sistema koji su često kompleksni, rasprostranjeni, globalni, neizvesni i međusobno zavisni imaju dugoročne horizonte. Novi poduhvati predstavljaju ključne transformatore održive ekonomije i njihovi kapaciteti inovacije mogu uvesti više ekoloških i društvenih rešenja. Održivo preduzetništvo može da generiše zapošljavanje, unapređuje proizvode i procese, i postavlja nove kompanije imenja živote ljudi. Ne radi se samo o istraživanju mogućnosti i tržišnim pretnjama, već i o svesnoj analizi društvenog, ekonomskog i ekološkog uticaja koji korporacije imaju na okruženje. Različita uloga velikih i malih kompanija u transformaciji prema održivom razvoju ne može se zanemariti. Pojedinačni uticaj koji proizilaze iz malih i srednjih preduzeća, jeste relativno mali, ali njihov kolektivni uticaj je značajan i neophodan za većinu regiona. Mala i srednja preduzeća često čine oko 95% i zbog svojih ograničenijih resursa, njihovo razumevanje održivih praksi mogu se razlikovati od velikih preduzeća. Prema tome, preduzetnici su apsolutno svesni tog uticaja koji njihove kompanije imaju direktno ili indirektno na životnu sredinu. Neki interesantan zaključak ovog rada ističe da, na individualnom nivou, preduzetnici imaju tendenciju da izvuku svoju svrhu delovanja na održiviji način zasnovan na ličnim vrednostima i osobinama. Svojim inovativnim poslovnim modelima, značaj održivog preduzetništva, doprinosi u razvijanju novih tržišta, generisanju novih izvora prihoda - posebno za socijalno ugrožene grupe stanovništva - i doprinosi održivom pristupu privredi (zelena ekonomija). Na organizacionom nivou, unutrašnja korporativna kultura i objedinjavanje resursu ključne determinante za prihvatanje održive orijentacije. Na kraju, treba istaći i činjenicu, kako preduzetnici mogu pomoći društvu i životnoj sredini putem održivog preduzetništva, na globalnom nivou. Današnje kompanije koje razmišljaju o budućnosti, moraju uključiti u svoj program održive poslovne prakse koje će biti integralni deo njihove korporativne kulture i na najbolji mogući način vršiti kombinaciju ekonomske i održive odgovornosti.

LITERATURA

- [1] Zečević, M. (2015), *Globalni biznis i menadžment*, Evropski univerzitet u Beogradu, Beograd p. 5,7
- [2] Dašić Đ. D. (2003), *Diplomatija, Ekonomska multilateral i bilateral*, Univerzitet "Braća Karić", Beograd p. 215, 213
- [3] Field, B.C. and M. K. (2016), *7E Environmental Economics An Introduction*, McGraw-Hill Education, 2016 revised edition of the author's Environmental economics, 2013, United States of America, New York, p.406,407, 410,411
- [4] World Commission on Environment and Development. 1987. *Our Common Future*, Oxford University Press. Preuzeto: <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm> <http://www.ciljeviodrzivograzvoja.net/>
- [5] Toyota, T. (2018), *Sustainability is now mission critical for businesses. Here`s why*. Preuzeto: <https://www.weforum.org/agenda/2018/09/sustainability-is-now-mission-critical-for-businesses-heres-why/>
- [6] Tilley, F., & Young, W. (2009). Sustainability Entrepreneurs. *Greener Management International*, (55). Preuzeto: https://www.researchgate.net/publication/319101953_Sustainable_entrepreneurship_What_it_is_Can_we_measure_it
- [7] Krueger, N. F. (2005). Sustainable Entrepreneurship: Broadening the definition of opportunity. *SSRN Accepted Paper Series, 7: Entrepreneurship in a Diverse World*. Preuzeto sa: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.554.8611&rep=rep1&type=pdf>
- [8] Richomme-Huet, K., & De Freyman, J. (2011). What sustainable entrepreneurship looks like: An exploratory study from a student perspective. In *ICSB World Conference Proceedings* (p. 1). International Council for Small Business (ICSB). World Conference., Vol. June 15-18, Sweden, Stockholm. Preuzeto:
- [9] https://www.researchgate.net/publication/319101953_Sustainable_entrepreneurship_What_it_is_Can_we_measure_it

BIG DATA ADOPTION IN SELECTED COMPANIES OF THE RETAIL SECTOR IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA

Dimitar Jovevski

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

Marina Mijoska

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

Kalina Trenevaska Blagoeva

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

Abstract: In a highly digitalized world, big data and analytics are among major trends companies worldwide are facing. As companies generate data across different sources (information systems), which is increasing rapidly in volume, variety and velocity, big data analytics becomes essential. Big data is a term that describes the large volume of data (both structured and unstructured), that overwhelms a business on a day-to-day basis. But the importance of big data doesn't revolve around how much data one organization has, but what organizations do with the data that matters. Big data and analytics, provide organizations with the opportunity to analyze data generated from any source and to find answers that enable cost reductions, time reductions, new product development and optimized offerings, and smart decision making.

Big data is affecting companies from different size and in almost every industry, and has the potential not only to transform the business world, but the society as well at large extent. Emerging literature and the empirical evidence suggest that companies from the retail sector can gain competitive advantage from data if they adopt big data analytics technologies. In spite of that, companies in the country are still in the early stages of adoption of big data analytics technologies. Hence, the goal of this paper is to determine factors affecting the big data analytics adoption in selected companies in the Republic of Macedonia from the retail sector. This is a pilot study and as such represents the first attempt to assess the level of big data analytics adoption in the country. This small scale preliminary study will provide evaluation of the feasibility of the key steps of the proposed research model (methodology) in order to conduct future research in larger extent and sample.

There have been several theoretical models that explain technology acceptance. The research model in this study is based on Technology-Organization-Environment (TOE) framework (Tornatzky & Fleischer, 1990). The TOE framework explains that adoption of technological innovations is influenced by a range of factors in the context of the technology, organization and external environment. The framework explains that these three factors stimulate and influence the technology innovation adoption-decision in companies. It is considered as multi-perspective framework and an integrative model that is developed for studying factors affecting adoption of innovative technologies and has been used to assess organizations' adoption of big data analytics technologies mostly in telecommunications, e-commerce and other.

The proposed research model specifies the following technological characteristics (technical capacity, relative advantage and complexity), intra-organizational factors (top management support, organizational culture, organizational size and IT expertise/ technological competence), and inter-organizational factors (competitive pressure, external support, and regulatory /government policy as well as data security and privacy) as determinants of big data analytics adoption. The preliminary results of this pilot study support the research model and the methodology. The significance of the proposed determinants/factors can help managers formulate their analytics strategies and increase the use of big data technology in order to fulfil organizational goals and achieve better organizational performance.

Keywords: Big data, adoption, the Technology-Organization-Environment Framework (TOE), retail sector, Republic of Macedonia

1.INTRODUCTION

Data science has already proved itself and its values are realized and appreciated across many different sectors and industries such as in high tech, media, telecom, retail, banking, financial services, security, healthcare, shipping and many others (McKinsey, 2016). There is no doubt that more companies will attempt to drive value and revenue from their data (Forester, 2017).

In a highly digitalized world, big data and analytics are among major trends companies worldwide are facing. As companies generate data across different sources (information systems), which is increasing rapidly in volume, variety and velocity, big data analytics technology becomes essential. Big data is a term that describes the large

volume of data (both structured and unstructured), that overwhelms a business on a day-to-day basis. But the importance of big data doesn't revolve around how much data one organization has, but what organizations do with the data that matters. Big data and analytics, provide organizations with the opportunity to analyze data generated from any source and to find answers that enable cost reductions, time reductions, new product development and optimized offerings, and smart decision making (Watson, 2014).

The era of big data has resulted in the development and applications of technologies and methods aimed at effectively using massive amounts of data to support decision-making and knowledge discovery activities. But, big data is not a single product rather a complex set of technologies and techniques for data gathering, data store, data processing, data access, data analytics and data visualisation. Each layer of the big data technology stack adds significant level of complexity that challenges organisational resources and capabilities (Khan, 2017). Big data is considered a strategic technology which is perceived as a source of competitive advantage for various businesses regardless of its industry by many researchers. Big data empowers data analysts to make sense of exabyte's of diverse data sets and transforms them into useful information and new knowledge (Khan, 2017). The benefits of big data in the business environment are indeed numerous as this new technology allows high-performance analytics from multiple structures and non-structured sources.

Big data creates value in several ways. Simply making big data more easily accessible to relevant stakeholders in a timely manner can create tremendous value. As they create and store more transactional data in digital form, organizations can collect more accurate and detailed performance data (in real or near real time) on everything from product inventories to personnel sick days. Big data allows organizations to create highly specific segmentations and to tailor products and services precisely to meet those needs. Sophisticated analytics can substantially improve decision making, minimize risks, and unearth valuable insights that would otherwise remain hidden. Big data enables companies to create new products and services, enhance existing ones, and invent entirely new business models.

According to IDC (2015) big data market is growing over 23% per year during 2014-2019 period with annual spending reaching 48.6 billion in 2019. The IDC (2015) projected annual big data market growth in three areas consisting of infrastructure at 21.7%; software at 26.2%; and services at 22.7%. According to Gartner research (2015) "more than three-quarters of companies are investing or planning to invest in big data in the next two years". There is no doubt that big data is affecting companies from different size and in almost every industry, and has the potential not only to transform the business world, but society as well at large extent. In spite of that, companies in the country are still in the early stages of making use of big data technology. Hence, the goal of this paper is to determine factors affecting the big data analytics adoption in selected companies in the Republic of Macedonia in the retail sector. This is a pilot study and as such represents the first attempt to assess the level of big data adoption in the country. This small scale preliminary study will provide evaluation of the feasibility of the key steps of the proposed methodology in order to conduct future research in larger extent and sample.

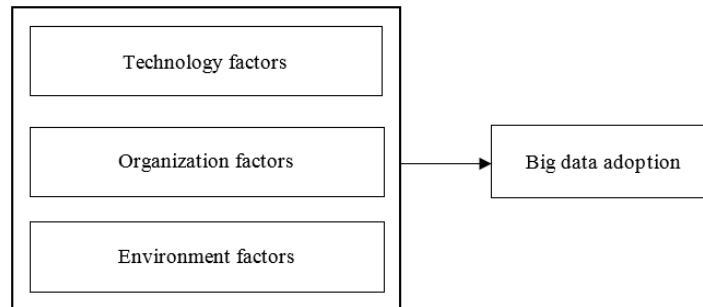
2. METHODOLOGY AND RESULTS

In the literature, there have been several theoretical models that explain technology acceptance. The phenomenon of acceptance of new technologies is relatively widely elaborated especially in the last two decades. The interest of the researchers towards understanding the factors that influence organizational and individual acceptance of new technologies is nowadays not only general, but also industry or product focused. These models have their origins in the disciplines of psychology, information systems and sociology and are intended to predict and understand people's intention, behaviour and attitude towards use of a technology. Each theory provides significant insights about the antecedents for the adoption of information systems and technologies. Davis's technology acceptance model (TAM) is one of the most influential approaches to explain and predict user acceptance of information systems (Davis, 1989). TAM model is based on the Theory of Reasoned Action (TRA) and to some point on the Theory of Planned Behavior as an extension of the TRA proposed by Ajzen (Ajzen and Fishbein, 1980). These studies both support the Framework of Tornatzky and Fleischer (1990). The Technology – Organization – Environment (TOE) framework suggests that the technological context, organizational context and environment context are the three important determinants that influence the process by which organizations adopt and implement innovations (Tornatzky and Fleischer, 1990). Further, the TOE framework is consistent with the Diffusion of Innovation Theory (Rogers, 1995) which emphasized that technological characteristics and both internal and external characteristics of the organization are the drivers for technology diffusion. However, TOE framework and DOI theory have been used to assess organization adoption of big data technologies adoption mostly in telecommunications, e – commerce and enterprise systems (Oghuma, 2013, Awa et al., 2012). Literature and

empirical evidence suggest that companies from the retail sector can gain competitive advantage from data if they adopt big data analytics technologies as well (McKinsey, 2016).

In general, big data is recognised as the innovation engine driving new digital transformations of businesses. There are many challenges for promoting the business value and the diffusion of big data technologies across companies from different sectors. In spite that, the number of companies implementing and utilizing big data, however, is not high in the country. Therefore, the goal of this paper is to identify factors influencing the big data adoption and usage in companies in the Republic of Macedonia from technology-organization-environment (TOE) perspective. This is a pilot study with focus on companies form the retail sector in the country. The research model proposed in this study is based on Technology-Organization-Environment (TOE) framework and is presented in Figure 1 below.

Figure 1: The research model (TOE based)



The TOE framework developed by Tornatzky and Fleischer (1990) explains that adoption of technological innovations is influenced by a range of factors in the context of the technology, organization, and external environment (Tornatzky and Fleischer, 1990). Recognized as organizational-level framework, the TOE explains that these three elements of an organization’s context stimulate and influence the technology innovation adoption-decision. This multi-perspective framework is an integrative model that is developed for studying factors affecting adoption of big data technology in three aggregated stages of assimilation: initiation, adoption-decision, and implementation. The model specifies three technological characteristics (relative advantage, complexity, and security), three intra-organizational factors (organizational size, top management support, and IT expertise), and three inter-organizational factors (competitive pressure, external support, and privacy) as determinants of assimilation. Technology-Organisation-Environment (TOE) framework of Tornatzky and Fleischer (1990) has been tested and validated by many studies and used to determine factors that influence the adoption of new technology by companies, in this sense big data technologies as well (Scot, 2007, Awa, et al., 2012, Oghuma, 2013, and others). The studies confirmed that various technological, organizational and environmental factors facilitate or inhibit adoption of new technology in companies. The perception of benefits from big data and technological capability are identified as the critical determinants of the big data adoption. The compatibility with existing system, data quality and integration, and security and privacy are ranked highly in technology context. Management support and financial investment competence for the implementation and utilization of big data technologies, and the government support and policy are identified as the adoption and usage factors from organization and environment aspects, respectively.

The proposed research model specifies the following technological characteristics (technological competence technical capacity and complexity), intra-organizational factors (organizational size, top management support, management culture and IT expertise), and inter-organizational factors (competitive pressure, external support, and regulatory /government policy as well as data security and privacy) as determinants of big data analytics adoption. For the purpose of this pilot study, data was collected through an interview conducted with senior level managers, middle level managers and lower level staff of the retail companies in the country randomly chosen. The interview was guided based on a defined questionnaire. The total number of analysed questionnaires is 24. Based on the job title/position held in the company, the structure of the sample is presented in table 1 below.

Table 1. Profile of the respondents

Job title/position held in the company	Frequency
Executive manager	1
Sales manager	6
IT Manager	7
Marketing manager	3
Customer Care Manager	2
Other (Supervisor, Sales Person, Team Leader, Asst. Manager, Accountant)	5
Total	24

From the total number of respondents, more than half (15) answered that their companies had adopted big data analytics, while the remaining 9 respondents answered that had not adopted big data analytics or was not sure whether their company had adopted big data analytics yet.

The first group of questions refers to the technological group of factors and include questions measuring technical capacity, relative advantage and complexity as determinants of big data analytics adoption. When asked to indicate the software and hardware items related to big data analytics technology which were being used in their company in order to show the extent of adoption, the preliminary results indicate that most of the analysed companies has already put in place the hardware necessary for hosting big data analytics software and also use relational databases, business intelligence tools, NoSQL databases and other as means of collecting, storing and processing raw data. 5 of the respondents answered that they are not sure of the software or technology being used in their company.

Regarding the data type collected and analysed, more than a half of the respondents answered that their companies collect mostly transactional data. The other half of the respondents answered that they collect most of the data listed in the question i.e. beside transactional data, multimedia data, mobile data and archived/historical data. These findings lead to the conclusion that analysed companies have seen the importance of collecting and analysing different data type to gain insight about the business and the customers even though quite a significant number are still relying on traditional data only. Most of the respondents (75%), rate the computer usage in their company as being at large extent, 3 respondents has rate it as medium extent, and 3 declare as not competent for making this type of conclusions. Regarding the relative advantage of implementing the big data technology, most of the respondents, 83% confirmed that usage of big data analytics provides many benefits to the organization. For the complexity of the implementation of big data technologies and the amount of data in terms of volume, variety and velocity, the answers are as follows: more than a half of the respondents answered that implementation of big data technologies is very complex. The complexity of data is ranked as very high by 87.5% of the respondents. The rest of the respondents (3) specify complexity with moderate extent.

The second group of questions refers to the intra-organizational group of factors (top management support, organization culture, organizational size, and IT expertise/ technological competence) as determinants of big data analytics adoption. In this group the following questions were asked and measured on 5 point Likert scale. The results are as follows: Top management support of implementation of big data analytics technologies as a source of competitive advantage is very important (average score 4.38); Organization culture is supportive for the development and implementation of big data analytics technologies (average score 3.29); IT expertise and the technological competence of the staff is sufficient in the company (average score 3.08). The company size as factor that determines big data adoption according to the respondents is very important in sense that larger organizations in parallel have higher need and higher possibilities and capabilities to implement it (average score 4.46). In this section respondents pointed out that digitization of operations made it necessary (and possible) to implement big data analytics to narrow internal coordination and operational costs.

The third group of questions refers to the inter-organizational group of factors (competitive pressure, external support, and regulatory /government policy as well as data security and privacy) as determinants of big data

analytics adoption. Competitive pressure is ranked as very high by most of the respondents, since competition in the industry pressures organizations to innovative ways of conducting business. Government encouragement and support is considered very important according to 87.5% of the respondents. According to respondents this governmental support should reflect in provision of access to different type of data as well as a creation of enabling environment for technology innovation adoption, in this sense big data analytics as well. The privacy and security of obtained data (especially customer data) as major barrier of big data adoption was recognised by more than 2/3 of the respondents.

It can be concluded that the level of big data analytics adoption in the analysed companies is still on a low level. Although the benefits of big data analytics adoption is recognized by most of the respondents, the internal resistance to adopting it as a new way of doing business is very high. Data security and privacy laws, lack of skills and expertise, lack of trained analytical staff, as well as lack of capacity to store non-traditional data types are also rated high as obstacles/challenges of big data analytics adoption. At the end, it is determined as too costly to host and maintain the technological infrastructure. The main obstacles that hold back the big data adoption by the companies in the retail sector are dispersed in all three group of factors: technological, organizational and environmental. Only with synergic effort in all this domains the level of big data adoption can be improved and companies can gain the recognised benefits of the technology.

The preliminary results of the study showed that though many respondents indicated moderate to high adoption of big data analytics. But, it was obvious that the meaning of big data, big data analytics and big data analytics technology/ies was not very clear to most of the respondents, judging from the obtained responses in terms of infrastructure, required skills, expertise, and relative advantage of the technology. This study also revealed that there were a number of challenges that obstruct the adoption of big analytics technology in the country. The overall implications of these preliminary findings are that the adoption of big data analytics in companies from the sample is still at an early stage. This is a pilot study and the sample is small in order to generalise conclusions. The limitation of the research methodology is the subjectivity that is expected in estimations given by the managers-respondents. Overestimation or underestimation of the real situation is possible. However, this bias is present in every methodology of this type.

3. CONCLUSION

Organizations are increasingly turning to data analytics as a way to gain business insights, and strategic advantage, from their data. Big data is not only challenging the actual organisational landscape but also challenging the theories that aim to explain the technology usage and acceptance. Many studies done so far, rely on the TAM framework (Davis, 1989) and its variations (Venkatesh et al., 2003) in order to understand the technology adoption. This pilot study investigates factors influencing technology adoption in broader context – technological, organizational and environmental (TOE perspective). The preliminary results of this pilot study support the proposed model and the challenges that were addressed by the respondents can help managers formulate their analytics strategies and increase the use of big data technologies in order to fulfil organizational goals and achieve better organizational performance. The preliminary results of the study confirmed that analysed companies need to address considerable challenges if they are to capture the full potential of big data. A shortage of the analytical and managerial talent necessary to make the most of big data is a one of the most important challenges companies in the country are facing.

In general, big data is recognised as the innovation engine driving new digital transformations of businesses. There are many challenges for promoting the business value and the diffusion of big data technologies across companies from different sectors. This counts for companies in the country as well.

Turning a world full of data into a data-driven world is an idea that many companies have found difficult to pull off in practice, Macedonian companies are not exception. That's why, knowing the factors that affect the adoption of big data technologies is important.

This research represents the first study in this field in the country and one of a few in the region. Hence it could be used as a good base for further research in this scientific area and as a guideline for managers to improve big data analytics adoption.

REFERENCES

- [1] Awa, H.O., Ukoha, O. and Emecheta, B.C. (2012). Integrating TAM and TOE frameworks and expanding their characteristic constructs for E-Commerce adoption by SMEs. Proceedings of Informing Science & IT Education Conference (InSITE 2012), June 22-27, Montreal, Canada.
- [2] Bughin, J. (2016), Big data, big bang? Journal of Big Data, 3(2), pp. 1-14.

- [3] Davis, F. D., Bagozzi, R. P. and Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), pp.982-1003.
- [4] Khan, H. U. (2017), Are enterprises ready for big data analytics? A survey-based approach, *International Journal of Business Information Systems*, Inderscience Enterprises Ltd., 25, (2).
- [5] McKinsey Global Institute, (2012). Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity, Retrieved from: <https://www.mckinsey.com>.
- [6] McKinsey Global Institute, (2016). The Age of Analytics: Competing in a Data-Driven World, Retrieved from: <https://www.mckinsey.com>.
- [7] Morabito, V. (2015). *Big Data and Analytics: Strategic and Organizational Impacts*, Springer.
- [8] Oghuma, P. (2013). *Big Data Analytics Adoption in Telecommunications Industry: The Korean Telcos Perspectives*.
- [9] Rogers, E.M. (1995). *Diffusion of Innovations*. Free Press; New York; USA.
- [10] Scott, J.E. (2007). *An e – Transformation Study Using the Technology-Organization –Environment Framework*, University of Colorado.
- [11] Tornatzky, L.G. and Fleischer, M. (1990). *The Processes of Technological Innovation*. Lexington Books, Lexington.
- [12] Watson, H. J. (2014). Tutorial: Big Data Analytics: Concepts, Technologies, and Applications, *Communications of the Association for Information Systems*, 34 (65), pp. 1247-1268.

ADVERTISING IN THE CONTEXT OF EMPATHY

Kamen Kirilov

FJMC at Sofia University "St. Kliment Ohridski", Sofia, Bulgaria kamenskirilov@gmail.com

Abstract: Globalization, commodity parity, consumer sovereignty, super competition and a broad variety of other factors, including the roll-out of the mass media, the emergence and rapid rise of the new media formats and platforms as well as the exchange of information provided by social networks pose new challenges for the advertising industry. Throughout its 150 years of history, since we have known it as a distinct occupation and practice, advertising shows adaptive sustainability quality and greatly enhance its capacity as features, forms, user approaches and distribution channels. Nevertheless, by its very nature, advertising retains the constant of an asymmetric pattern of communication in which, in nowadays environment, the success of effort is expressed in the formula of understanding others and the willingness they to understand us in return. In practice, beyond the abstract of this formula, the effort of advertisers in the process of creating and planning a certain campaign would be greatly facilitated by putting the basic principles of empathy theory. Numerous experiments and studies of this human ability establish working models to achieve effective contact both at the level of personal communication and in the cases of direct and indirect communication with huge quantity and variety of audiences with specific composition. Synthesized and brought to a universal level of application, the basic principle of empathy is the ability, rather cognitive than emotional, to understand and to feel the feelings of others. The achievements in this psychology field currently apply mainly to psychotherapy, clinical psychiatry, pedagogy and political rhetoric theories and practices. Experience proves that empathic skills help the communicator for faster, easier, more effective and more properly understood and accordingly more efficient as a moderator. This article provokes a new paradigm for advertisers in communicating with the public - about the content, forms and planning of communication activities of the principles of empathy. The goal of the effort is clear - creating more effective communication and achieving a sustainable competitive advantage.

Keywords: Advertising, empathy, message, communication, interactiveness

РЕКЛАМАТА В КОНТЕКСТА НА ЕМПАТИЯТА**Камен Кирилов**

ФЖМК при Софийски университет "Св. Климент Охридски" kamenskirilov@gmail.com

Резюме: Глобализацията, стоковият паритет, суверенитетът на потребителя, свръхконкуренцията и ред други фактори, сред които се открояват роенето на средствата за масова информация, възникването и бързият възход на новите медии, както и възможностите за обмен на информация, които предоставят социалните мрежи, поставят пред рекламната индустрия нови предизвикателства. През своята поне 150 годишна история, откакто я познаваме като обособено занятие, рекламата проявява адаптивна устойчивост и развива силно своята товароподемност като функции, форми, подход към потребителя и канали за разпространение. Независимо от това, по своята същност рекламната запазва константа на асиметричен модел на общуване, при който в актуалната днес среда успехът на усилието се експлицира във формулата „да разбираме другите и те да ни разбират“. На практика, извън абстракта на тази формула, усилието на рекламистите при създаването и планирането на кампании би се облекчило във висока степен, ако стъпи на основните принципи на теорията за емпатията. Многобройните експерименти и изследвания на тази човешка способност установяват работещи модели за постигане на ефективен контакт както на ниво личностна комуникация, така и в случаите на пряко и опосредствано общуване с огромни като количество и разнородни като състав аудитории. Синтезиран и доведен до универсално ниво на приложение, основният принцип на емпатията е способността, по-скоро когнитивна отколкото емоционална, да разбираме и съпреживяваме чувствата на другите. Достиганията в този дял на психологията към момента се прилагат основно в психотерапията, клиничната психиатрия, педагогиката и политическата риторика. Опитът доказва, че емпатичните умения помагат на комуникатора да бъде по-бързо, по-лесно и по-правилно избран и съответно по-ефективен като модератор. Тази статия провокира нова парадигма пред рекламистите в общуването с публиката – за съдържанието, формите и планирането на комуникационните активности на принципа на емпатията. Целта на усилието е ясна – създаване на по-ефективна комуникация и постигане на устойчиво конкурентно предимство.

Ключови думи: Реклама, емпатия, послание, общуване

ВЪВЕДЕНИЕ

Въпросът с ефективността на рекламата като функция на маркетинга и част от интегрираните маркетингови комуникации става все по-актуален. Основно по две причини – все по-голямата сегментация на потребителската аудитория и нейните автономни и специфични особености, динамиката в отношението към марките и свръхпредлагането от една страна, а от друга диференциацията на медиите и вирусното размножение на каналите за комуникация. Поставена под натиска на тези обстоятелства в рекламата протичат процеси на автоактуализация и регенерация, които представляват интерес за анализи и изследвания.

РЕКЛАМАТА КАТО КОМУНИКАЦИЯ

Рекламата е регламентиран процес на общуване, който формално погледнато се изпълнява в рамка, определена основно от нормативната уредба, установените правила и механизми от практиката и теорията, а също от саморегулацията и етичните норми в бранша. В този процес според най-последните разбирания централното място се заема от потребителя. Повечето съвременни изследователи подкрепят тезата за потребителя като икономически партньор на търговския субект, а не просто консуматор. И за най-дребната покупка, дори на много ниска цена, е налице сделка между двете страни, като по презумпцията те би трябвало да бъдат равнопоставени и взаимно удовлетворени: продавачът - от реализацията на продукта, а потребителят - от покупката. Успешната продажба предполага хармония в отношенията продавач - потребител във всяко едно отношение – цена, качество, добавена стойност на марката, дистрибуция, ред други условия, включително общуването. Филип Котлър (2003) описва този процес като продаване на удовлетворение. В този контекст асиметричният модел на общуване, характерен за традиционните форми на рекламата (in-to /монолог, а не диалог) нарушава принципа на равнопоставеност, като отнема правото на потребителя да бъде активна страна в акта на взаимодействие и предполага колизия в различни степени, която може да доведе до отказ от покупка или от марката изобщо по чисто ирационални причини. Идеалната ситуация предполага комуникаторът да представи пред публиката огледален образ на нейните очаквания, но тази задача се комплицира от множеството различия на потребителската аудитория - целеви групи по интереси, навици, доходи, религия, социален статут, психографски профили и демографски показатели и други обстоятелства, като суверенитета на потребителя⁵⁸

В книгата си “Хармония в рекламата/ много презаредена“ Христо Кафтанджиев в много точна степен формулира усилието в този вид общуване. Комуникацията е процес, чрез който разбираме другите, както и правим усилия да бъдем разбрани от тях (Кафтанджиев, 2013). В процеса на това усилие се предават информация, поведенчески модели, идеи, емоции, умения - чрез комуникационните кодове и през съответните медийни канали. Асиметричният модел изправя комуникатора пред предизвикателството да експонира пред публиката максимално близък до нейните представи и потребности образ на обекта на общуване. Колкото по-успешно е изпълнено усилието на комуникатора да бъде разбран, толкова по-малки са рисковете от комуникационни грешки вследствие на асиметричността на модела.

В най-общ план принципът “да ги разбираш и да те разбират” съставлява идеята на емпатичния модел на общуването с публиката. Това разбиране влиза в колизия от различна степен с многобройните опити и тези за дефиниране на рекламата, а на по-късен етап и на маркетинговите комуникации. В хронологичен план установяваме пряка и съвсем видима зависимост между развитието на маркетинговите комуникации като индустрия и количеството на опитите тяхната същност, функции и характеристики да бъдат дефинирани и регламентираны в определени рамки. Част от тези становища са дело на практики, които коментират субективно, на базата на собствения си опит и разбирания за материята, а много често и с користна цел. Дейвид Огилви написва книгата „Изповедите на един рекламист“ за която в прав текст споделя, че е създадена, за да привлече нови клиенти, за да улесни пласирането на акции на агенцията на борсата и за да стане по-известен в бизнес средите. В тази книга, преведена на повече от 14 езика, Огилви описва „правила“ за създаване на реклами (за препоръчителния брой на думите в минута в ТВ рекламата; за липсата на корелационна зависимост между хората, харесващи една телевизионна реклама и закупилите съответния продукт; за разположението на талоните на страниците на печатните издания; за текста в негативния печат и други), от които по-късно се отрича.

Пенсиониерият сержант от канадската конна полиция Джон Е. Кенеди създава друг ярък пример за субективно и доста едностранчиво разбиране за рекламата. През 1905 г. в разговор с Албърт Лескър,

⁵⁸ Терминът се въвежда от Уилям Харолд Хът (William Harold Hutt).

определян като “колос на рекламното дело”, дефинира рекламата като изкуство да продаваш чрез печата. Дори и да актуализираме това определение в контекста на съвременната медийна среда като изкуство да продаваш чрез медиите, тази дефиниция ще продължи да изглежда архаична и едностранчива.

Схващането, че основната задача на рекламата е да продава, доминира в тезите на изследователите в първите десетилетия на миналия век. Клод Хопкинс (1994) в книгата си, озаглавена “Научната реклама” казва, че единствената цел на рекламата е да осъществява продажби. Рекламата е умножено умение да се продава. Тя е призив към хиляди, докато продавачът разговаря само с един. Друг изследовател Робер също подчинява рекламата единствено на задачата да стимулира продажбите. Рекламата е преди всичко информация (за даден продукт) с точно определеното и признато намерение той да бъде продаден (Льодюк 1992).

Концепцията на Росър Рийвс (1994) определя рекламата като „изкуство за внедряване на изключително предложение за продажба (ИПП/ *Unique Selling Proposition* на английски език, съкратено *USP*) в съзнанието на най-голям брой хора при най-ниски разходи. Тезата на Рийвс е свързана с откриването на особеност, която не е характерна за другите стоки от същата група и превръщането на тази особеност в отличителен белег на рекламирания продукт. По причина на стоковия паритет, днес тази теза губи актуалност, освен ако изключителното предимство не е някакво специфично изживяване, удовлетвореност или друг вид добавена стойност към продукта, което представлява ново тълкуване.

Европейската асоциация на рекламните агенции определя рекламата в малко по-широк и абстрактен формат като всяка платена форма на контролирано въздействие (Доганов, Палфи 1994).

Тенденцията към дефиниране на рекламата по чисто формални показатели, без да се вниква в сложните процеси на общуването, които изпълнява тя, се заявяват и в резултатите от конкурса на списание “Адвъртайзинг ейдж”, проведен през 1974 г. Престижното браншово издание класира на първо място определението, което гласи, че рекламата е печатно, ръкописно, устно или графично уведомяване за лице, стока, услуга или обществено движение, открито излизащо от рекламоподавателя и заплатено от него с цел увеличаване на пласмента, разширяване на клиентелата, получаване на гласове или публично одобрение по данни на Петрова (1999).

Дефиницията на Американската асоциация по маркетинг измества фокуса от продажбата в предишните формулировки и създава платформа за анализи, която излиза извън вече споменатите тълкувания на формално ниво. Рекламата е предоставяне на емоционално обогатена информация, целяща да предизвика отношение към стоката, марката, фирмата, при това платена информация с явен източник (Маринова, 1994). Тази дефиниция предполага нова парадигма, база за по-задълбочени анализи и изследвания пред теоретичите, а пред създателите на реклами - нови професионални предизвикателства и по-трудни и сложни решения.

Според Жак Сегела фокусът на рекламата върху продукта и съответно върху продажбата като основна и единствена цел продължава до 80-те години на миналия век, до момента, в който благодарение на развитието на технологиите и процеса на интернационализация на пазарите и производството, продуктите се изравняват като качества. Тази ситуация в по-ново време насочва усилието на рекламата да създаде образ, характер (и други нефизически стойности) на продукта, който да го отличи от конкурентните аналози. Дейвид Огилви също споделя тази теза. Стоките, както и хората имат индивидуалности и те могат да ги утвърдят или унищожат на пазара (Огилви, 1999). В книгата си „Холивуд пере най-добре“ Жак Сегела (1991) описва новия подход в рекламата като процес, в който марката-предмет се превръща в марка-личност. Сегела развива концепцията за рекламна стратегия тип „звезда“, при която на продукта се придават образ, характер и стил. Като пример изтъква, че потребителят няма нужда просто от нова кола, а да се чувства добре в нея. Филип Котлър синтезира тази тенденция в едно кратко, но с висока тежест за процесите на еволюцията в мисленето за рекламата изречение: Целта на рекламата не е да се изложат фактите за даден продукт, а да се продаде решение или мечта (Котлър, 2003) и дава пример с марката Ferrari, която изпълнява три мечти – обществен статус, свобода и героизъм. В подкрепа на тази си теза Котлър цитира Чарлз Ревсън, основател на Revlon: „Във фабриката си правим червило. В рекламата си продаваме мечти“.

Графика 1. Хоризонтална динамика на целите на общуването с потребителя в хронологичен план.

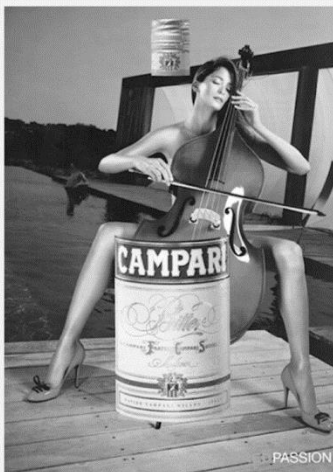
Продукт	→	Образ на продукта	→	Поведенчески модел
Комуникация с цел изтъкване на физическите качества на продукта, изгода, ИПШ, обещание.		Комуникация с цел създаване на образ на продукта/марката и добавяне на стойност от нефизически качества.		Комуникация с цел предизвикване на поведенчески модел на потребителя и идентифицирането му със стоката/марката. Постигане на удовлетворение.



Пример 1.1 – печатна реклама на KFC.

Типичен пример за изтъкване на ценово предимство и/или изгода за потребителя.

Източник „Superbrands“ 2004 г.



Пример 1.2 - печатна реклама на CAMPARI.

Нагледно доказателство за тезата на Сегела, че „стоката умее да общува“.

Източник списание „Max“.



Пример 1.3 – печатна реклама на радио MONTE CARLO.

Слайдът ни продава начин на живот, за който слушането на това радио е очевидно част от него.

Източник списание „Max“.

Авторът на този текст констатира още една съществена характеристика на рекламата на формално ниво в качеството ѝ на регламентирана форма на общуване - обстоятелство, което мнозина от изследователите не отчитат или не му придават необходимата тежест. Този регламент се изпълнява на поне четири нива и предполага следните бенефити за комуникатора:

Графика 2. Регламент на общуването в рекламата и произтичащи бенефити за комуникатора.

Тип регламент	Бенефит
1. Регламент на неприкосновеност на съобщението. Рекламният канал се задължава да разпространи едно към едно съдържанието на съобщението на комуникатора и със съответното качество на отпечатване, излъчване и т.н	<i>Автентичност.</i> Разпространяване на съобщението точно във вида, зададен от комуникатора, без изкривявания, шумове и външна намеса

2. Регламент, свързан с времето и покритието. Рекламният канал се задължава да разпространи съобщението на комуникатора в точно определени дни, райони, в случаите за ТВ – часови пояси, за пресата – точно определени страници, за външната реклама локации и т.н.	<i>Адекватност</i> спрямо маркетинговите цели. Съобщението се разпространява стриктно сред проучената и планирана за общуване от комуникатора публика. (Там, където той смята, че има среда за реализация на маркетинговите цели.)
3. Регламент, свързан със законодателството и нормативната уредба	<i>Институционално поведение</i> в синхрон с нормите на обществото, което публиката оценява, а като краен резултат се материализира като стратегически актив на комуникатора
4. Регламенти, произтичащи от саморегулацията в бранша – етични кодекси, правилници и норми	<i>Коректно поведение</i> към конкурентите и публиката, което се материализира като стратегически актив на комуникатора

Анализът показва, че пред рекламистите възникват много по-високи предизвикателства от уменията да продават чрез медиите. В общуването с публиката навлизат нови техники и инструменти, които предполагат различни от предишните подходи, обединени под общото название интегрирани маркетингови комуникации /ИМК/.

Концепцията за интегрираните маркетингови комуникации възниква през 90-те години на XX век. Основните причини за това са, от една страна, икономически – интернационализацията на бизнеса, възникването на нови пазари с голям потенциал, тези в Югоизточна Азия, появата на свръх конкуренция в определени сектори, а от друга - промяната на структурата на потребителите и диференциацията на потребителското търсене и очаквания. В контекста на тези промени традиционната маркетингова концепция се заменя с нова, базирана по-скоро на пазарния растеж, която измества фокуса върху стратегическото планиране като координиране на всички послания и медии, използвани от една организация, за да повлияе на възприеманата стойност на нейната марка (Duncan, 1993)

Различията между традиционния и новия интегриран подход в маркетинга са класифицирани от Тони Йешин по следния начин в графика 3 (Yeshin, 1998).

Графика 3

Традиционен подход	Интегриран подход
Формулиране на краткосрочни цели по отношение на продажбите	Дългосрочен поглед към пазарите, потребностите, технологиите и опитност
Развиване на отделни поддържащи стратегии и планове	Развиване на ключови стратегии по отношение на ползите, иновациите, компетентността, нагласите
Фокус върху финансовата страна	Фокус върху пазара и натрупване на опитност
Фокус върху отделната част	Фокус върху цялото

В условията на тази парадигма изследователят Дон Шулц прави особено значима констатация в труда си, озаглавен "Неизбежността на интегрираните комуникации". Въпросът „за интеграция или не”, не е мотив, тъй като в действителност потребителите интегрират всички послания, получени от една организация. По този начин, дори ако организацията е пренесла некоординирани послания на един и същ потребител, потребителят ще обедини и интегрира тези послания според някои свои модели (Schultz, 1996).

Констатацията на Шулц поставя изключително важния въпрос за устойчивостта на посланието спрямо процеса на възприятие от публиката. Той намира отговор в клиентски-фокусирания маркетинг като ключов инструмент за планиране, съобразен с начина на живот, нагласите и мотивациите на отделните групи купувачи. Шулц съветва търговците да изградят синхронизирана, многоканална комуникационна стратегия

на базата на анализ на богата информация за потребителите, която стратегия да достигне до всеки пазарен сегмент с едно единно послание.

Кетлер допълва горната теза с твърдението, че днес масовият маркетинг отстъпва място на микромаркетинга, чрез който организациите фокусират усилията си върху хората, които са най-склонни да купуват. Концепцията за “универсалния продукт” става все по-слабо и по-слабо релевантна в актуалната пазарна ситуация (Kettler, 1988). Микромаркетингът поставя и нелеката задача пред компаниите за фокусирането на всички търговски, маркетингови и операционални ресурси с цел излъчването на едно и също съобщение, което да удовлетворява различните подгрупи потребители откъм съдържателната си страна. Това изискване поставя предизвикателството за един по-широк и базисен фундамент, върху който да се изгражда съдържателната част от комуникацията. На базата на множество наблюдения, а също и на успешната си практика като рекламист, авторът на това изследване констатира добре работещ подход за изпълнението на тази задача чрез решения, постановени на основни принципи от теорията и практиката на науката за емпатията.

ЕМПАТИЯТА КАТО БАЗА НА КОМУНИКАЦИЯТА

Терминът „емпатия“ (древногръцки: *em* – вътре; *pathos* – чувство) се въвежда през 1909 г. от психолога Едуард Титченър (Titchener, 1909) Значението, което отдава на този процес е на хуманизиране на обекти: да ги разчитаме или да се почувстваме в тях. На английски език терминът възниква като превод на концепцията за „*Einführung*“ (съпричастие на немски език), развивана и систематизирана в трудовете на немския философ Теодор Липс (Lipps, 1903). Според него „*Einführung*“ се отнася към тенденцията възприемащите да проектират себе си в обекта на възприятието. На по-късен етап теорията възприема емпатията като емоционална способност да съпреживяваме с изживяванията на останалите. Джордж Мийд обогатява разбиранията за емпатия като добавя когнитивен компонент – способността за разбираш и да си съпричастен. Изследванията му са били концентрирани върху това до колко индивидът може да възприеме чуждата гледна точка. Той установява, че способността на децата да влязат в ролята на някой друг е ключов фактор за социалното им развитие и формиране на етичните норми (Mead, 1934). Изследванията на Жан Пиаже (Piaget, 1932) в областта на детското когнитивно развитие също допринасят за развитието на емпатията като когнитивна функция. След Втората световна война Карл Роджърс представя нова перспектива, отнасяща се до личностната промяна, в която емпатията играе ключова роля. Според него действията на хората се предопределят от представите им за света около тях. Поради тази причина за него е било важно да разбере как хората виждат света, а не какви всъщност са фактите. През 1975 г. Роджърс дефинира емпатията като процес, състоящ се в способността да навлезеш в света на някой друг и да се чувстваш там като у дома си (Rogers, 1975). Това означава да си чувствителен към това, което чувства и другата страна.

Роджърс не е единственият допринесъл за концептуалното развитие на емпатията. Тя е съществена част и от една сравнително доста влиятелна психоаналитична теория – Психология на Аза на Хайнц Кохут. За него емпатията е способността да видиш света през очите на другия – да надникнеш в един непознат емоционален и мисловен свят. Тя е начинът, по който Азът става част от живота на другия. Тъй като това е опит да се съпреживее и разбере това, което се случва с другия, емпатията създава усещане за доверие и взаимна принадлежност, нагласа, която е от ключово значение за успешното общуване (Kohut, 1984).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Съвсем очевидно е, че ефективността на комуникацията е в много висока зависимост от съдържателната страна на съобщението. Единствено доброто познаване на потребителската аудитория, нейните демографски характеристики, психографски профили, специфични особености и навици не е достатъчно за създаване на съобщение с оптимален резултат като съдържание. Емпатичните умения, приложени в усилието да ги разбираш и да те разбират, откриват възможност за конституиране на устойчиво съобщение, универсално като платформа, но и достатъчно конкретно за отделния потребител, и с нужната товароносимост за експликация в различните видове реклама и останалите формати на ИМК.

БИБЛИОГРАФИЯ

- [1] Котлър, Ф. (2000). *Котлър за маркетинга: Как да създаваме, печелим и управляваме пазарите*. София: Класика и стил.
- [2] Кафтанджиев, Хр. (2013). *Хармония в рекламата: Много презаредена*. София: Университетско издателство “Св. Климент Охридски”.

-
- [3] Хопкинс, К. (1994). *Научната реклама*. Варна: Принцепс.
- [4] Лъодюк, Р. (1992). *Мениджъмънт на рекламата*. София: Ваньо Недков
- [5] Рийвс, Р. (1994). *Реализмът в рекламата*. Варна: Принцепс.
- [6] Доганов, Д., Палфи Ф. (1994). *Рекламата каквато е*. София: Ваньо Недков
- [7] Петрова, А. (1999). *Психология на рекламата*. София: Форком
- [8] Маринова, Е. (1994). *Маркетинг*. Варна: Принцепс.
- [9] Огилви, Д. (1999). *Изповедите на едни рекламист*. Варна: Принцепс.
- [10] Сегела, Жак. (1991). *Хوليوуд пере най-добре*. София: Медиум 999 & Иван Вазов.
- [11] Котлър, Ф., (2003). *Маркетинг съвети от а до я*. София: Класика и стил.
- [12] Duncan, T. R., Everett, S. E. (1993). Client perceptions of integrated marketing communications. *Journal of Advertising Research*, 33(3), 30-39.
- [13] Yeshin, T. (1998). *Integrated Marketing Communications: The holistic approach*. Oxford: Butterworth Heinemann
- [14] Schultz, D. (1996). The Inevitability of Integrated Communications. *Journal of Business Research*, 37(3), 139.
- [15] Kettler, H. (1988). *Perceptions of an Ongoing Sales Interaction by Expert and Novice Salespersons*. Proceedings of the Annual Conference of the Administrative Sciences Association of Canada, Marketing Division, ed. T. Barker, Saint Mary's University, 229-237.
- [16] Titchener, E. B. (1909) *Lectures on the Experimental Psychology of Thought-Processes*. New York: Macmillan.
- [17] Lipps, T. (1903). Einfühlung, inner Nachahmung, und Organumpfindungen (Empathy, inner imitations, and sensations). *Archiv für die gesamte Psychologie*, 2, 185-204.
- [18] Mead, G. H. (1934). *Mind, self and society*. Chicago: University of Chicago Press.
- [19] Piaget, J. (1932). *The moral judgment of the child*. London: Kegan Paul, Trench, Trubner.
- [20] Rogers, C. R. (1975). Empathic: An unappreciated way of being. *Counseling Psychologist*, 5, 2-10.
- [21] Kohut, H. (1984). *How does analysis cure?*. Chicago: The University of Chicago Press

BRAND AND BRANDING AS IMPORTANT MANAGEMENT PRIORITIES**Snezana Ristevska – Jovanovska**Faculty of Economics, Skopje, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje
Republic of Macedonia snezanarj@eccf.ukim.edu.mk**Marija Magdincheva – Shopova**Faculty of tourism and Business logistics, University Goce Delcev – Stip,
Republic of Macedonia marija.magdinceva@ugd.edu.mk

Abstract: The marketing practice of creating a name, symbol or design that identifies and differentiates a product from other products. Your marketing and branding clearly influence that perception but your brand exists whether you actively market your business or not. If you're out there and people are interacting with your business, you have a brand. Brand is a known identity of a company in terms of what products and services they offer but also the essence of what the company stands for in terms of service and other emotional, non tangible consumer concerns. To brand something is when a company or person makes descriptive and evocative communications, subtle and overt statements that describe what the company stands for. Relationship that brands have with people basically changed the process of digitization of the media. Influence marketers use the mobile phone in the marketing communication process. In this regard, implementing a successful marketing campaign is critical acceptance of the mobile device by consumers as a new way of thinking. For marketers fail to increase the engagement of users, to add value and ultimately increase their return on investment in marketing, it is essential that they understand the attitudes and intentions of customers to mobile marketing. For the purpose of this paper was conducted quantitative, descriptive research. The purpose of this research is by analyzing the habits of using mobile devices to determine the attitudes of users of smartphones for mobile marketing in the country. The survey was conducted using the on line questionnaire, made and distributed only to those users who use smartphones in the period June-October 2018. The survey was conducted by the method of testing undisguised structured questionnaire on 260 respondents. The questionnaire consisted of ten questions and most of the questions are structured closed. In the initial part of the survey focus was on basic demographic data (sex and age). The next questions are related to activities that most respondents use the smartphone as well as preferences for activities for which users often use smart phones.

Keywords: brand, branding, social media, m-marketing, marketing, advertising

INTRODUCTION

An effective brand strategy gives you a major edge in increasingly competitive markets. But what exactly does "branding" mean? A brand isn't a logo. Or a brand name or product name. In fact, it isn't any one thing. Your brand is everything. It's the perception of your company, products and services in people's minds. It's how people think and feel about who you are as an organisation and what you do. From marketers and visionary leaders in literature exist a lot of branding definitions to help us understand what branding entails:

✓ A name, term, design, symbol, or any other feature that identifies one seller's good or service as distinct from those of other sellers. The legal term for brand is trademark. A brand may identify one item, a family of items, or all items of that seller. If used for the firm as a whole, the preferred term is trade name. (American Marketing Association)

✓ Branding is the art of aligning what you want people to think about your company with what people actually do think about your company. And vice-versa. (Jay Baer)

✓ A brand is the essence of one's own unique story. This is as true for personal branding as it is for business branding. The key, though, is reaching down and pulling out the authentic, unique "you". Otherwise, your brand will just be a facade. (Paul Biedermann)

✓ A brand is a reason to choose. (Cheryl Burgess)

✓ A brand symbol as "anything that leaves a mental picture of the brand's identity. (Leo Burnett)

✓ Branding is more than a name and symbol. A brand is created and influenced by people, visuals, culture, style, perception, words, messages, PR, opinions, news media and especially social media. (Lisa Buyer) Branding is the encapsulation of a company's mission statement, objectives, and corporate soul as expressed through the corporate voice and aesthetic. (Margie Clayman)

✓ Brands are shorthand marketing messages that create emotional bonds with consumers. Brands are composed of intangible elements related to its specific promise, personality, and positioning and tangible components having

identifiable representation including logos, graphics, colors and sounds. A brand creates perceived value for consumers through its personality in a way that makes it stand out from other similar products. (Heidi Cohen)

✓ Branding is an ongoing process of looking at your company’s past and present...and then creating a cohesive personality for the company and its products going forward. We do SWOT analysis and go through all the benefits (real and emotional) that the product or service fulfills for its customers. We review the key factors that spurred growth, pricing, corporate culture, key players, and we figure out “who you are”, by key players, the president, customer service. Then we create the brand voice first. It’s a wonderful process. (Lois Geller)

✓ Attention is a scarce resource. Branding is the experience marketers create to win that attention. (Jeffrey Harmon)

✓ Branding is the representation of your organization as a personality. Branding is who you are that differentiates you. (Dave Kerpen)

✓ A brand is a name, term, sign, symbol, or design or a combination of them, intended to identify the goods and services of one seller or group of sellers and to differentiate them from those of the competitor. (Phillip Kotler) A brand is the meaningful perception of a product, a service or even yourself - either good, bad or indifferent - that marketers want people to believe based on what they think they hear, see, smell, taste and generally sense from others around them. (Josh Moritz)

✓ A brand is “The intangible sum of a product’s attributes: its name, packaging, and price, its history, its reputation, and the way it’s advertised.” (David Ogilvy)

✓ “A brand is a singular idea or concept that you own inside the mind of a prospect.” Al Ries

✓ “Branding” is what lazy and ineffective marketing people do to occupy their time and look busy. (David Meerman Scott)

✓ “A brand is essentially a container for a customer’s complete experience with the product or company.” (Sergio Zyman)

While marketers’ definitions of branding may differ, what’s consistent is the importance of building your brand as a competitive marketing tool. Brands retain their power in today’s evolving social media ecosystem and device indifferent information consumption because they provide a short hand communication that breaks through the ever-increasing message-laden environment.

Branding is a powerful and sustainable marketing strategy that we use to influence and manage the way people perceive and respond to your brand, and thereby influence their buying decisions.

We do this by: (Luminosity.com, 2018)

- creating an affinity or emotional connection with the consumer
- providing justification for paying a premium price for a service or product
- creating loyalty to the product or organisation
- Demonstrating the quality and benefits of a service or product and the company behind it.

Acquiring loyal customers (who are happy to pay a premium price) is what many successful businesses strive for, and that’s what the marketing strategy called branding is all about. Read more about why it makes business sense to invest in your branding.

New media offer the possibility of unlimited and constant interaction through which users can create, share and exchange content, and in terms of the brands, they are the starting point for a new era in personal interaction and contribute to the transparency of the companies (Mangold and Faulds 2009). New media occur in various forms (Buzzle, 2012): Internet, podcasts, e-books, blogs, Internet TV, e-mail, mobile phones and so on. In the process of branding used different types of m-marketing communication tools, but hereinafter will be analyzed applying (Unique Content Solution, 2013): SMS marketing and advertising MMS and Push notifications (Push Notifications). Social media are computer-mediated tools that allow people or companies to create, share, or exchange information, career interests, (Buettner, R. 2016) ideas, and pictures/videos in virtual communities and networks.

The variety of stand-alone and built-in social media services currently available introduces challenges of definition; however, there are some common features (Obar, Jonathan A.; Wildman, Steve (2015):

- (1) Social media facilitate the development of online social networks by connecting a user's profile with those of other individuals and/or groups,
- (2) Social media are Web 2.0 internet-based applications,
- (3) user-generated content (UGC) is the lifeblood of the social media organism,
- (4) Users create service-specific profiles for the site or app that are designed and maintained by the social media organization, and

Social media depend on mobile and web-based technologies to create highly interactive platforms through which individuals and communities share, co-create, discuss, and modify user-generated content. They introduce

substantial and pervasive changes to communication between businesses, organizations, communities, and individuals. (Kietzmann, Jan; Kristopher Hermkens, 2011). These changes are the focus of the emerging field of technoself studies. Social media differ from traditional or industrial media in many ways, including reach, frequency, usability, immediacy, and permanence. Social media operate in a dialogic transmission system. (Pavlik & MacIntoch, John and Shawn, 2015). This is in contrast to traditional media that operates under a monologic transmission model (one source to many receivers).

1. Multimedia Messaging - MMS (Multimedia Messaging Service- MMS) are delivered in much the same way as text messages, but they can include multimedia objects (images, audio, video, etc.). MMS messages are often in the form of slides, so that multimedia purposes are divided into sequences and broadcast by the script and the timing of the publisher. MMS interactive marketing is a form of advertising, where creativity plays a very important role, because this way marketers can send more creative and personalized messages (Becker and Arnold, 2010, p. 25), where: (a) Recounting the story with interesting pictures, sound and video to delight, entertain, inform and engage potential customers; (b) Integrating links to mobile websites in messages to the service secretaries interactive voice (IVR call services), applications and other outlets, the viewers can get more information; and (c) Offering attractive coupons with images, sound and video.

2. Push notifications allow companies to send personally tailored and timed messages to deployed many customers or less targeted, depending on the message you want to convey. Thus customers can be categorized according to their location, device they use, or their level of commitment. In terms of marketing, push notifications are a good tool for creating brand awareness of and contact with customers. (Unique Content Solution, 2013). Push notification is a feature that allows an application to notify mobile phone users about new messages or events without the need to open the application. Incoming message can be received even for applications that are not currently open. In this regard push notifications are similar to text messages that appear on the phone screen (Warpily, 2013). This method was originally presented to the iPhone in 2007, and later more phones on the Android platform. The most effective part of this type of mobile advertising is that it is cheaper than other techniques for mobile advertising and causing no interruption of existing active applications on the user's phone.

3. SMS offer marketers a channel not only to start a conversation with customers, but also to get additional information about their views and opinions. Text communication can be divided into three mobile levels: informative, promotional and relationship management with customers. All three levels have an important role for the further continuation of the conversation with the client (Òhe next web, 2013). The effectiveness of SMS marketing is conditioned by the existence of a mobile website where customers right from their mobile device may access (Pitney Bowes, 2015). According to research by eMarketer and ComScore still the largest number of respondents, 78%, its smart phone used to send text messages, 54% use it to download applications, 53% used a search engine, 39% accessed the social network or blog 33% played a game and 28% listened to music. (Òhe next web, 2013). According to research conducted by SlickText, in the UK almost 99% of respondents read the text SMS messages on his phone in the first 5 minutes after you get with an average response time of 90 seconds (SlickText, 2013).⁵⁹

RESEARCH METHODOLOGY

For the purpose of this paper we used mainly secondary data sources - modern literature in the field of marketing, domestic literature relating to various aspects of explaining consumer behavior and marketing other domestic and foreign specialized magazines, reports, newsletters and publications governmental and non-governmental organizations, data, obtained by the Search Tools on the Internet (current world news and knowledge). For the purpose of this paper was conducted quantitative, descriptive research. The purpose of this research is by analyzing the habits of using mobile devices to determine the attitudes of users of smartphones for mobile marketing in the country.

The survey was conducted using the on line questionnaire, made and distributed only to those users who use smartphones in the period June-October 2018. The survey covered 260 respondents. The survey was conducted by the method of testing undisguised structured questionnaire. The questionnaire consisted of ten questions and most of the questions are structured closed. In the initial part of the survey focus was on basic demographic data (sex and

⁵⁹ In the Republic of Macedonia in terms of SMS marketing T-Mobile Macedonia offers instant viewing service which allows interested customers to send promotional messages and special offers incentives to users who have consented to receive this kind of information. Users of T-Mobile are registered Instant info for getting advertising messages (via SMS, MMS, e-mail and call) to determine their interests and who would like to be informed, such as: sports, fashion, cars, food , nightlife, etc.

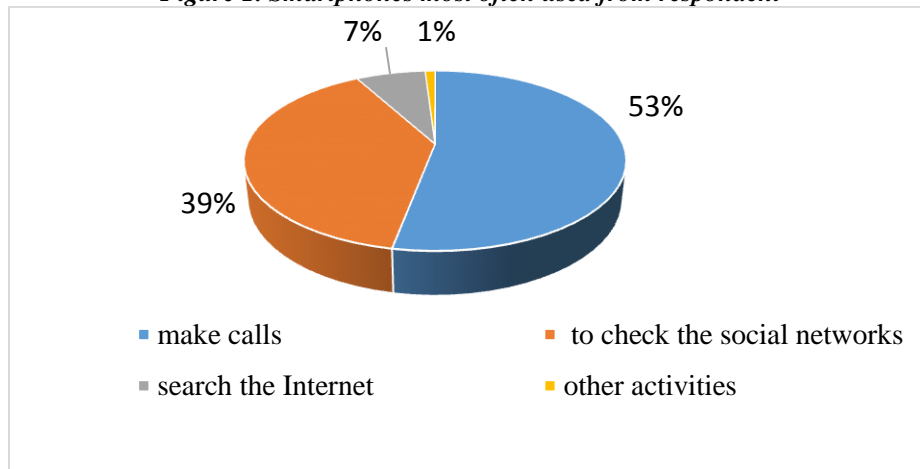
age). The next questions are related to activities that most respondents use the smartphone as well as preferences for activities for which users often use smart phones. In further explanation will be made on a more detailed review of the issues.

ANALYSIS OF SURVEY RESULTS

According to the analysis, the survey included 260 respondents, and the further processing is excluded questionnaires from 26 respondents because because were incomplete the answers. Of the other 234 respondents, 45% male and 55% female.

Most of the respondents in this study were aged 30 to 45 years, 54%. The age category of respondents 18 to 30 years represent 30% of respondents age category of 46 to 60 years represent 15% and quite insignificant portion of respondents representing 1% of the age group above 60 years. According to the survey, respondents their smartphones most often used to make calls 53%, then to check the social networks 39%, the third ranked search the Internet with 7% and ranked fourth among other activities 1% of respondents (eg., downloading mobile applications photography, listening to music, etc.).

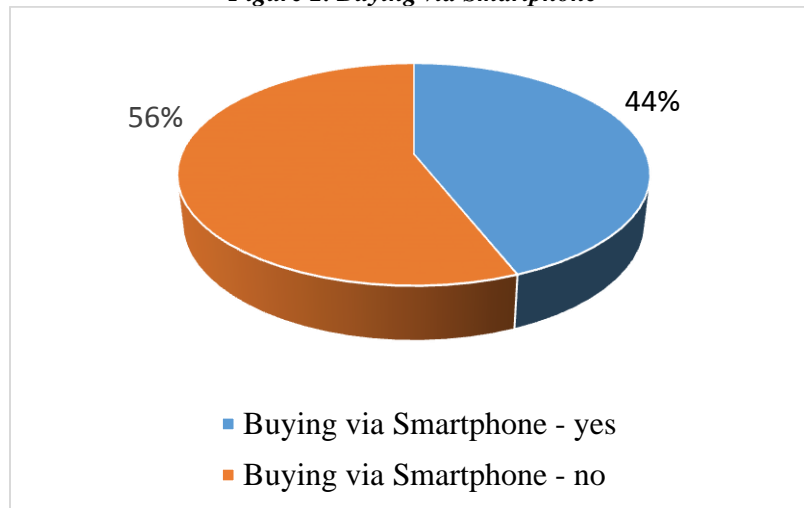
Figure 1. Smartphones most often used from respondent



Source: Own research June - October 2018

The survey results show that very few of the respondents their smart phones use them to buy 44% (mostly buy tickets for trips, sports equipment, bookings in hotels, etc.), against a 56% percentage of respondents do not purchase through their smartphones.

Figure 2. Buying via Smartphone

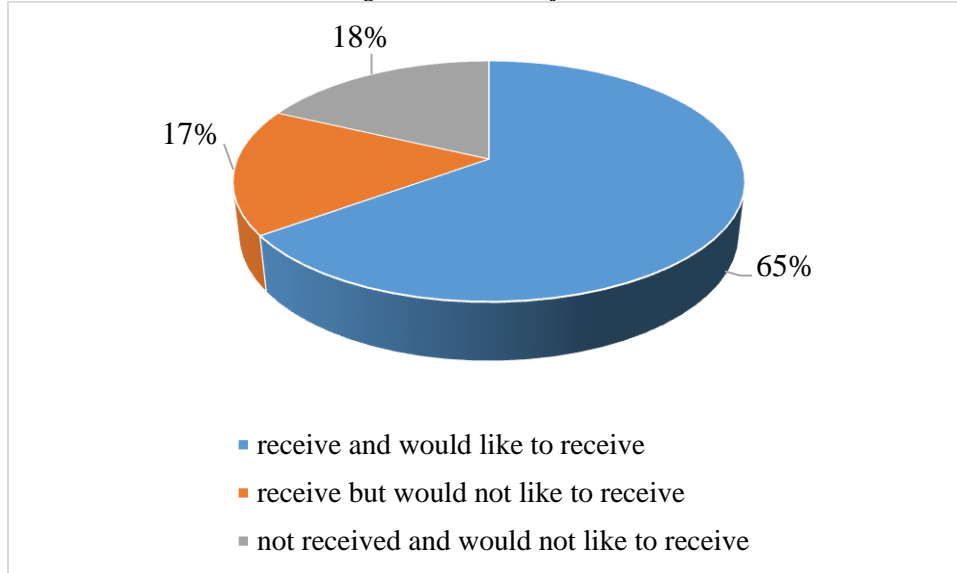


Source: Own research June - October 2018

According to the survey, most respondents 43% are neutral on that web pages they visit are optimized for mobile devices. However, many of them 32% agree with this statement, while the percentage of those who disagree with this statement is 20%. A small percentage of those who strongly agree 3% strongly disagree 2% of respondents.

Most of the respondents included in the survey (65%) receive and would like to receive Push notifications for their favorite brands in future. 17% of respondents receive push notifications about brands, but would not like to receive and 18% of respondents did not receive push notifications about brands, and would not like to receive them in future;

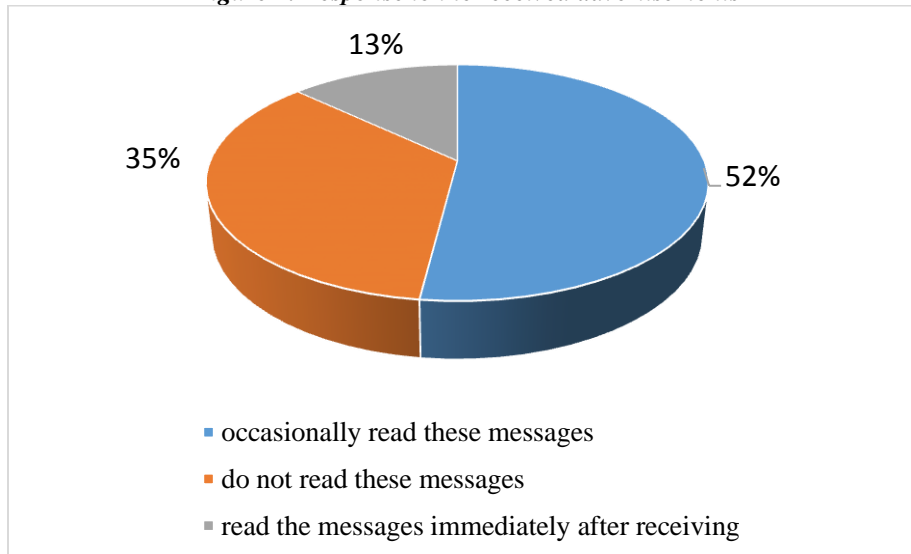
Figure 3. Push notifications brands



Source: Own research June - October 2018

Research has shown that 18% of the respondents not received and would not like to receive notifications on their smart phones. Much of the respondents 17% received but would not like to receive notifications on their smart phones and most of respondents 65% receive and would like to receive notifications on their smart phones.

Figure 4. Response to the received advertisements



Source: Own research June - October 2018

According to the survey responses to advertising messages they receive, most of the respondents 52% occasionally read advertisements that are posted on their smartphones, 35% do not read these messages, but only 13% of respondents read the messages immediately after receiving. Mobile marketing offers wide opportunities and ways of targeting consumers, especially when talking about targeted advertising, Republic of Macedonia 'because already there are companies that provide this service. This is one more reason for Macedonian companies who are not yet optimized websites for mobile devices to do so in 2018. The skepticism among companies about this innovative approach must be overcome through education and information about the benefits of this kind of advertising.

CONCLUSION

Given the results of the research in this paper, we can draw the following conclusions:

1. According to the survey, respondents their smartphones most often used to make calls 53%, then to check the social networks 39%, the third ranked search the Internet with 7% and ranked fourth among other activities 1% of respondents (eg., downloading mobile applications photography, listening to music, etc.).

2. The survey results show that very few of the respondents their smart phones use them to buy 44% (mostly buy tickets for trips, sports equipment, bookings in hotels, etc.), against a 56% percentage of respondents do not purchase through their smartphones.

3. According to the survey, most respondents 43% are neutral on that web pages they visit are optimized for mobile devices. However, many of them 32% agree with this statement, while the percentage of those who disagree with this statement is 20%. A small percentage of those who strongly agree 3% strongly disagree 2% of respondents.

4. Most of the respondents included in the survey (65%) receive and would like to receive Push notifications for their favorite brands in future. 17% of respondents receive push notifications about brands, but would not like to receive and 18% of respondents did not receive push notifications about brands, and would not like to receive them in future;

5. Research has shown that 18% of the respondents not received and would not like to receive notifications on their smart phones. Much of the respondents 17% received but would not like to receive notifications on their smart phones and most of respondents 65% receive and would like to receive notifications on their smart phones.

6. According to the survey responses to advertising messages they receive, most of the respondents 52% occasionally read advertisements that are posted on their smartphones, 35% do not read these messages, but only 13% of respondents read the messages immediately after receiving.

LITERATURE

- [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>, accessed December, 2015
- [3] Buettner, R. (2016). Getting a Job via Career-oriented Social Networking Sites: The Weakness of Ties. 49th Annual Hawaii International Conference on System Sciences. Kauai, Hawaii: IEEE. doi:10.13140/RG.2.1.3249.2241.
- [4] 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/>, accessed December, 2015
- [5] Ellison, N.B. (2007). "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship". *Journal of computer-mediated communication* 13 (1): 210–230.
- [6] Element Networks,(2013), Mobile Apps: Its Impact and Benefits on Businesses, <http://element-networks.com/mobile-apps-its-impact-and-benefits-on-businesses/>accessed January, 2018
- [7] Entrepreneur, (2018), The Key Ingredients to a Winning Mobile Content-Marketing Strategy, <http://www.entrepreneur.com/article/228601#comments>, accessed October, 2018
- [8] Emgonline, (2018), Is your CRM on Brand, <http://emgonline.com/blog/2013/04/is-your-crm-on-brand/>, accessed January, 2018
- [9] Kaplan Andreas M., Haenlein Michael (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". *Business Horizons* 53 (1). p. 61. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003.
- [10] Kietzmann, Jan; Kristopher Hermkens (2011). "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media". *Business Horizons*54: 241–251. doi:10.1016/j.bushor.2011.01.005.

-
- [11] Mobilni Marketing, (2011), Mobilni web sajt ili mobilna aplikacija?, <http://mobilnimarketing.me/mobilne-aplikacije/mobilni-web-sajt-ili-mobilna-aplikacija/>, accessed December, 2015
- [12] Mobilni Marketing, (2013), SEO iskustva sa mobilnim verzijama sajtova, <http://mobilnimarketing.me/mobilni-seo/seo-iskustva-sa-mobilnim-verzijama-sajtova/>, accessed October, 2018
- [13] Mobilni Marketing, (2011), Mobilni web sajt ili mobilna aplikacija?, <http://mobilnimarketing.me/mobilne-aplikacije/mobilni-web-sajt-ili-mobilna-aplikacija/>, accessed December, 2015
- [14] Mobilni Marketing, (2018), SEO iskustva sa mobilnim verzijama sajtova, <http://mobilnimarketing.me/mobilni-seo/seo-iskustva-sa-mobilnim-verzijama-sajtova/>, accessed June, 2018
- [15] 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
- [16] Obar, Jonathan A.; Wildman, Steve (2015). "Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue". *Telecommunications policy* 39 (9): 745–750.
- [17] Pavlik & MacIntoch, John and Shawn (2015). *Converging Media 4th Edition*. New York, NY: Oxford University Press. p. 189. ISBN 978-0-19-934230-3.
- [18] Pitney Bowes, (2015), Types of Mobile Marketing, <http://www.pb.com/smb/solutions/mobile-marketing/types>, accessed 04. January, 2015
- [19] SlickText, (2013). The power of SMS Marketing, <http://www.slicktext.com/blog/2013/04/the-power-of-sms-marketing-infographic/> accessed October, 2018
- [20] The next web, 2018, 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/#!r1Z8x>, accessed October, 2018
- [21] 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/>, accessed January, 2018
- [22] Warply, 2018, Push notifications, <http://www.warp.ly/mobile-marketing/push-notifications>, 25 October, 2018
- [23] Luminosity.com (2018) <http://www.luminosity.com.au/whats-the-difference-between-brand-and-branding/>, November, 2018

MARKET AND MARKET STRUCTURES OF DIGITAL PRODUCTS

Marko Janković

Parking service Nis, marko.jankovic@nisparking.rs

Dejan Dimitrijević

Parking service Nis, dejan.dimitrijevic@nisparking.rs

Raica Milićević

High Business School for Economics and Entrepreneurship, Belgrade, raica.milicevic@gmail.com

Abstract. Information and communication technologies (ICTs) have revolutionized the changes in all spheres of social life, especially affecting the changes in the economy in which new realities and a new way of thinking have been brought. The use of ICT in the economy has led to a new economic reality that has reflected on major organizational and other changes in business and requires a different way of behavior. By applying the digital economy to business, new economic rules have been created; new business models and new consumer behavior have been created. The significant influence of these changes is reflected above all on changing the perception of the economic role of the market. In recent years, due to the application of digitization in the operations of an increasing number of companies, there have been dramatic changes in the market. These changes have caused the emergence of electronic markets known as electronic market places, which are directly affected by the change of a few "important" processes and functions in business and society. Traditional market functions of the old economy have been replaced by the market economy of the new economy. In the new economy, the market has different functions, it coordinates buyers and sellers, facilitates the exchange of information and payments, and provides institutional infrastructure for more efficient functioning. These changes, in the new market, have positively reflected on the improvement in economic efficiency, lower transaction and distribution costs, and influenced the more efficient functioning of the market. Unlike the traditional market, the costs of digital products and services are different from the new market. Fixed costs of initial investments in the creation of digital products and services are high, while the marginal costs of its distribution are low. This cost dynamics allows a high production volume with lower average (variable) costs per unit, and both types of costs have a special structure. High fixed costs and low marginal costs on the digital product market have important implications for the market structure of the digital economy. The market of digital products and services has all the characteristics of the market structures of monopoly and oligopoly. The monopoly on the digital product market may or may not produce the very best product, but thanks to the size and economies of scale, it has a great advantage over the competition. The formation of prices for digital products differs from the way in which prices of physical products are formed. Some digital products are available free of charge, (free), which implies an alternative option of securing revenue that is necessarily associated with those products. Other, digital products are linked to other products, digital or physical, in order to somehow avoid problems related to their prices. However, the most common way to determine the price of digital products is to use a licensed approach to both sales methods. Regardless of the way prices are determined, it is important that prices of digital products are not formed on the basis of production costs, but into the basis of the values that customers assign to that product. The exchange of products and services between consumers and businesses, unlike the traditional market, is done by the use of a multi-platform platform that plays the role of intermediaries between different user groups.

Keywords: New economy, digital market, digital produce, cost, price,

1. INTRODUCTION

Progress, in the economy, brought a new reality. Large organizational and other changes, which were created by the use of the digital economy, simultaneously influenced the creation of new economic rules, new business models and new consumer behavior. A significant aspect of these changes is the change in the economic role of the market.

The business process in the digital economy is quite different and in many ways it differs from the real world. Instead of producing finished products and services and distributing them, digital business involves the collection, selection, synthesis and distribution of information. So, the digital economy, starting from supply, demand and ending with prices and competition, is completely different from the old or traditional economy model.

2. DIGITAL ECONOMY MARKET

Participants in the digital economy market are the state (government, administration,), economy (enterprises) and consumers (buyers, citizens).

In the new economy, the market has three main functions:

- Adjustment of buyers and sellers,
- Facilitating the exchange of information, goods and services and payments related to market transactions,
- Providing institutional infrastructure that enables efficient functioning as the market.

Similar to the traditional (classical) market on the Internet (digital) marketplace, participants exchange products and services for money (or replace them), but they do it electronically.

The market of digital products and services has all the characteristics of the market structures of monopoly and oligopoly. The monopoly on the digital product market may or may not produce the very best product, but thanks to the size and economies of scale, it has a great advantage over the competition. A classic example is Microsoft, which controls the market for computer operating systems. The oligopolistic market structure of digital products means that there are more manufacturers on the market that offer the same product but in different variations. The most common structure of these markets for digital products is publishing, film, CD and so on. The market is homogeneous, with several large players, often arising from mergers or acquisitions, and whose strategies are pursued on customer locking and retaining competitiveness.

Table 1. Components and main players in the marketplace

Digital produce	All products and services that can be digitized
Consumer	All people and organizations using the Internet are current or potential customers
Seller	There are a number of online retailers that advertise and offer a wealth of things
Mediators	They create and manage on-line networks, help connect sellers and customers, provide certain infrastructure services, and help in final transactions. Most mediators include computer systems, known as e-agents or informers
Support services	These services include addressing implementation issues, ranging from certification and credible services, which provide security to knowledge providers
Infrastructure companies	These companies provide the hardware and software needed to support e-commerce and consulting services
Content creators	The quality of the Internet and the content of the Web sites is key factors of the success of the digital economy and there is a large number of media companies that constantly produce and update Websites
Business partners	Buyers and sellers operating on the electronic market
Electronic markets	Electronic market - exchange with many participants, sales (one seller and a large number of customers) and shopping (one buyer a large number of sellers). They can neither public nor private. Many classic market mechanisms can be used in these markets and most often an electronic auction is used

Author, according to Unold, J., Basic aspect of digital economy, Acta Universities Lodziensis, Folia Oeconomica, 167, 2004

3. MARGINAL COSTS OF DIGITAL ECONOMY.

Production of the first copy (original) of the digital product causes initial high costs while the costs of additional copy or reproduction are low. Fix costs of initial investments in the creation of digital products and services are high, while the marginal costs of its distribution are low.⁶⁰ This structure of costs leads to a high production volume, that is, the higher the volume of production, the lower the average cost per unit of product. Fixed and average (variable) production costs of digital products have an individual specific structure. The dominant characteristic of

⁶⁰ H., Varian, Economics of Information Technology University of California, Berkeley
July 2001 Revised: March 23, 2003

fixed costs is their irreversibility or loss if it does not continue production. So, the lost costs must be paid in advance, at the beginning of production. In addition to the lost, irrecoverable costs of the first copy or original, there are also the costs of marketing and promotion that are great for most digital products.

A feature of the variable average cost is that they continuously decline, with increasing production volumes. The low variable average cost of digital products allows a wide range of marketing promotions. A digital product is a good one that needs to be experienced in order to be valued by the customer. Just as sellers of new products, such as non-coffee, distribute their samples of street or door-to-door customers free of charge, digital products can be distributed to potential customers via the Internet free of charge. A non-coffee maker must allocate a certain sum of money, for example 500 rsd per customer to produce, pack and distribute its promotional product, while the supplier for the digital product does not pay an additional free copy.

The average cost of making an additional copy at the same time represents the marginal cost of a single copy. If the variable cost is zero, its average cost is also zero, while the marginal cost is small or zero. The marginal cost of producing digital products is near zero, no matter what the digital economy is highly capitalized, digital goods and services can be reproduced in large quantities at zero or quasi zero cost per unit.⁶¹ (Shapiro, Varian.) The low or zero marginal cost of digital products is the result of increased yields, which are a special feature of digital technologies and positive network extensions. This means that the value of the digital asset increases as a function of the network size of adding any additional costs.

4. PRICES OF DIGITAL PRODUCT

High fixed costs and low marginal costs in the digital product market have important implications for the market structure of the digital economy.

The formation of prices for digital products differs from the way in which prices of physical products are formed. Some digital products are available free of charge, (free), which implies an alternative option of securing revenue that is necessarily associated with those products. Other, digital products are linked to other products, digital or physical, in order to somehow avoid problems related to their prices. Also, one way to determine the price is to create an artificial difference in the sub-set of digital products and to use differentiated prices to get the highest possible revenue from each set of customers for the product.⁶² However, the most common way to determine the price of digital products is to use a licensed approach from both sales methods. Regardless of the way prices are determined, it is important that prices of digital products are not formed into the basis of production costs, but on the basis of the values that customers assign to that product.

On the Web, different combinations of the listed methods of pricing can often be seen. Sites allow free access and content and charge to other related content.

5. LOW PRICES OR BARTER STRATEGY

If you want to share information on the Internet, receive and send messages of different content of different people and companies, Yahoo, Google and others are offering free e-mail accounts. These companies do not charge their services but collect personal information they use for marketing purposes.⁶³

Numerous digital products of the Internet are offered in a free manner. In many cases, a visitor receives a digital product in exchange for personal information used by the product provider for marketing or other purposes. In other cases, the visitor agrees to advertise the product providers in the web browser window.

6. THE SUBSCRIPTION PRICE

If you want to get information about important events in Serbia on a daily basis without buying a newspaper, you can subscribe to the Political website. Subscription is usually time-limited and allows subscribers to access daily news content at any time.

⁶¹ C. Shapiro, H. Varian, Information Rules Information rules : a strategic guide to the network economy , Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts, 1999

⁶² G., Schneider, ,Digital Products on the Web: Pricing Issues and Revenue Models University of San Diego, USA 2005

⁶³ D. Momirović, D, Mikroekonomija , PEP, Beograd 2018

A subscriber (client) agrees to pay for access to desired content or to use digital services for a specified period of time. For vendors, subscription is a desirable condition because it reduces administrative costs associated with monitoring and accounting for personal consumption of digital products. The subscription is interesting to the customers because they offer them a simple price list that has a known and specific price.

7. DIFFERENT PRICES

Every person that wants to buy a product has its maximum price for that product it wants to pay. This price is known to the buyer, but it is not for the seller. Therefore, when determining the price, the seller estimates the potential maximum price that the buyer is ready to pay and the price of his product is setting low enough to attract a large number of potential customers. The seller, in order to draw the highest possible price from various customers, groups potential customers into several categories and then charges different (different) prices from each category. Charging different prices for the same product from each customer is known as price discrimination. The Web has a great opportunity to apply price discrimination in the sale of digital products. He has his own ability to identify his visitors and to adapt to the experience of customers.

8. CREATING VERSIONS

A digital product version is a good example of price discrimination. For example, offer a product version of advertising or with barely noticeable advertising or in some form of less visible advertising. A version of no or low advertising content is sold for a higher price or is only available with subscription. Many sites sell or rent graphics on websites or in applications offer a small image with low resolution for free or for a low price. Customers can buy more or better graphics or graphics resolutions at a higher price. So, each version is sold at a long price that allows the seller to extract the maximum value of its product.

9. BINDING OF THE PRODUCT

Some digital products may be offered in combination or packages. For example, a music CD does not contain only one song but more individual songs associated with the package. Or newspapers are a collection of political articles, advertisements, sports events, etc. Research has shown that if customer preferences are not homogeneous, the prices of individual items in the package are not close to each other and a significant part of the customers is indifferent to a large number of products in the package, the obligatory linking of the product can give more profit than the product offer separately.

Products offered by businesses over the web can be combined and placed in a complementary package. In the name of the complementarity of the offered package, companies can charge premiums of customers. Collecting premiums on different amounts of different customers is a combination of linking products of price discrimination.

10. MULTIPLE BUSINESS MODELS

Many companies perform their activities using a multi-platform platform. A multi-platform platform provides different products and services to different consumer groups while acknowledging that the demand of one consumer group depends on demand of another group and probably the other way around.⁶⁴ From there, it follows that the multi-platform platform plays the role of an intermediary between a different user groups.

In this business model, the dominant group is consumers, who use the platform as part of their everyday habits. The other side, in a far smaller group, is made by sellers, but they are also as important as customers. In addition, the company acts as a platform, selling two different products or services to two different types of customers. On the one hand, it provides free people-to-people services, from where it collects and creates a database with a huge number of consumer data and their habits and behaviors. On the other hand, this information is then used to provide meaningful information to different, existing and potential users, who use them for marketing and advertising purposes. Users obtained the information they receive to create advertisements for their products and services that advertises via face book and which they pay. Both groups of services are interconnected, regardless of their evident diversity and target grouping. This specific relationship between different customer and seller groups is known as network effects.

⁶⁴ A. Kockam, How to Asses Market Power in Digital Economy, Radboud Univesitetas Nijmegen, Faculty of Low2017

11. USER INTERACTIONS AND DIGITAL PRODUCT

11.1. Experience

Many digital products are things that customers are experiencing. These things often do not have a meaningful physical existence, separate from experience. Because of this, many of these features of digital products is viewed as any experience or credibility of goods. Unlike a physical object, (pants that can be tasted before buying in a store) a good experience requires the customer to be exposed to the product before it makes a judgment on its quality.

Therefore, vendors are investing additional efforts to devise different approaches to consumers in order to remove any doubts when buying before they find out what you really get shopping. In addition, they do not disclose, just all information, otherwise, there would be no purpose and need to buy complete information. Free samples, promotional prices and recommendations and the ability to browse are ways to expose consumers to experiential products and services. In addition, branding and reputation are good ways for suppliers to increase demand for their experiential products and gain customer confidence.

11.2. Overloading information

The process of information dissemination explains why manufacturers tailor their advertising, targeted advertisers, and target specific groups of customers. Accordingly, advertising works by using statistical forms. For example, people reading the magazine Hot Tires will probably be more interested in Fiat ads, and those reading Real Estate ads will be more interested in buying a real estate in Nis. In this sense, the Internet offers great opportunities and potentials for customizing the seller and customers. Participants in the transaction can achieve their intentions, the advertiser achieves the desired target on the market, while the consumer in the abundance of information, should only provide information that is interesting to him. Additionally, the collection of new and more interesting information about the particular needs of customers provides opportunities for vendors to design products that are more adaptable to customers and which they value more.

11.3. Switching costs

Transfer costs arise when the existing relationships that cause irreversible costs cease and new relationships that require new costs start. Costs are costs associated with individuals and organizations in situations where they change an existing supplier for a new supplier.

Costs and lockouts conduct companies for which information technologies and formats will be decided. However, the advancement of technology with greater and better capabilities, forces companies, if they want to maintain and improve their competitiveness, to replace the old with new technology and new formats. This switch can be very expensive. These switching costs OF ICT can be so high that virtually no payouts are made for switching, which is known as locking. Switching costs can dramatically change company strategy and options. In essence, the size of switching costs is the strategic decision on the system manufacturer itself.

11.4. Network effects (externalities)

Network effects are a feature of digital markets, which is a correlation between the service value and the number of people using those services. Consumers benefit from many popular formats and systems from many digital products and services. When the value of a product or service of a user depends on the number of others, existing users, and such a product shows the network externals. Communication technologies, telephone, internet, e-mail are examples of external effects. Technology under the influence of external effects has a rapid growth trend over a longer period of time. The cause of the rapid development trend is positive feedback; the installed user base increases, more and more users accept it as more valuable. The more users in the network, the product becomes more valuable to each individual.

12. CONCLUSION

The digital economy market does not only affect businesses and the economy as a whole, it also brings about comprehensive social changes. It creates a new demand, new flexible economic structures, manages price changes, restructuring of businesses and types of employment, and facilitates the emergence of a digital generation.

These markets create a new demand that generates new products and services produced by digital technology. With new products, it contributes to the creation of a new demand, which did not exist on traditional societies and widens existing demand.

The digital economy markets allow for flexible economic structures of IT, entry and exit of businesses from the business becomes much easier, with consumers playing a greater role. They mitigate fluctuations in prices and in many countries have contributed to the reduction and stabilization of inflation. In addition, they act affects the transformation of the company's structure creating new jobs and new jobs.

In addition to all of the above, digital economy markets are constantly stimulating digital generations. New generations influenced the production process and at the same time were the first consumers, but also actively

participated in the production and consumption of new products and services and contributed to the development of digital economy through the development of IT.

LITERATURE

- [1] J. Unold., Basic aspect of digital economy, Acta Universities Lodziensisi, Folia Oeconomica, 167, 2004
- [2] G., Schneider, ,Digital Products on the Web: Pricing Issues and Revenue Models University of San Diego, USA 2005
- [3] H., Varian, Economics of Information Technology University of California, Berkeley
July 2001 Revised: March 23, 2003
- [4] C. Shapiro, H. Varian, Information Rules Information rules : a strategic guide to the network economy ,
Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts, 1999
- [5] A. Kockam, How to Asses Market Power in Digital Economy, Radboud Univesitetas Nijmegen, Faculty
of Law,2017
- [6] D. Momirović, D, Mikroekonomija , PEP, Beograd 2018

THE CONNECTION BETWEEN ADVERTISING MESSAGES WITH DIFFERENT LEVEL OF FEAR AND EMOTIONS ACCORDING TO AGE AND SEX

Radica VeljanovaFaculty of Economics – Skopje, University “Ss. Cyril and Methodius”, Skopje, Macedonia,
radica998@gmail.com

Abstract: Fear appeals are a kind of "external inductors" that are used to increase the desire of the individual to do something useful and good, both for himself and for the environment, for society, for the family. Fear appeals are related to various forms of emotional components that are basically negative, such as fear, sadness, guilt, depression, etc., which serve to motivate the individual to make a change that will be the same way with the guidelines that promote the message with an appeal of fear. The purpose of this paper is to investigate the connection of messages with the fear of feeling with certain types of emotions by conducting research by displaying messages with different levels of fear and analyzing them through the emotions they cause by age and gender. In order to gain a complete picture of how fears affect the emotions (negative) of individuals, an analysis is made of how high- or low-intensity advertising messages affect the different (negative) emotions of the individuals receiving the message, and taking into account gender and age and how they impact through conducting a survey by applying a questionnaire survey method. ANOVA was used to analyze the obtained data from the survey questionnaire. The results showed that there are statistically significant differences only between negative emotions in fear appeal 1 (lower intensity) between the age differences. Statistically significant differences were not found between the negative emotions of ad 1 and ad 2 (higher intensity) among the respondents of different sexes.

Keywords: fear appeal, emotion, intensity.

ПОВРЗАНОСТА НА РЕКЛАМНИТЕ ПОРАКИ СО РАЗЛИЧНО НИВО НА СТРАВ И ЕМОЦИИТЕ СПОРЕД ВОЗРАСТА И ПОЛОТ**Радица Вељанова**Економски Факултет – Скопје, Универзитет Св. Кирил и Методиј во Скопје, Република
Македонија, radica998@gmail.com

Апстракт: Апелите на страв се еден вид на „надворешни индуктори“ кои се користат за зголемување на желбата индивидуата да направи нешто корисно и добро, како за себе, така и за околината, општеството, семејството. Апелите на страв се поврзани со различни форми на емотивни компоненти кои во основа се негативни, како страв, тага, вина, депресија и слично а кои служат за мотивирање на индивидуата да направи некоја промена која ќе биде во ист правец со насоките кои ги промовира пораката со апел на страв. Целта на овој труд е да се испита поврзаноста на пораките со апелот на страв, со одделни видови емоциите преку спроведување истражување со прикажување пораки со различно ниво на страв и нивна анализа преку емоциите кои ги предизвикуваат според возраста и полот. За да се добие целосна слика за тоа како апелите на страв влијаат врз емоциите (негативни) на индивидуите, направена е анализа на тоа како рекламните пораки со висок односно низок интензитет на страв влијаат врз различните (негативни) емоции кај индивидуите кои ја примаат пораката и земајќи ги во предвид полот и возраста и како тие влијаат преку спроведување истражување со примена на метод на испитување преку прашалник. За анализа на добиените податоци од анкетниот прашалник применет е АНОВА тестот. Резултатите покажаа дека постојат статистички значајни разлики помеѓу негативните емоции од реклама 1 (понижок интензитет) кај испитаниците од различни возрастни групи. Статистички значајни разлики не се пронајдени помеѓу негативните емоции од реклама 1 и реклама 2 (повисок интензитет) кај испитаниците од различен пол.

Клучни зборови: апел на страв, емоции, интензитет.

1. ВОВЕД

Емоциите се составен и важен дел од човечкиот живот. Постојат различни механизми со кои се побудуваат емоции преку пораките со апел на страв, а тие емоции може да бидат или негативни(страв, вина, вознемиреност, nelaгодност) или, пак, да предизвикаат позитивен одговор (хумор, среќа, веселост, радост, патриотизам, па дури и сексуален нагон) (Dopovan et al., 2003). Целта на пораките со апел на страв е да

предизвикаат емоции кај оние кои ја примаат пораката и врз основа на побудените емоции, индивидуите да размислат за своето однесување, за своите ставови или начин на живот, со надеж дека токму таквата порака ќе придонесе за подобрување на одредена состојба кај човекот. Добро дизајнирана порака со апел на страв не претставува само закана туку му дава на примачот и препорака за како да го реши проблемот (Lukic, D. and Flyholm, P.E., 2009).

Предмет на анализа на овој труд е анализа на влијанието на рекламните пораки со апел на страв врз емоциите на индивидуите и тоа пред се врз негативните емоции како тага, вина, гнев, страв, депресија и вознемиреност и земајќи ги во предвид полот и возраста.

За да се добие целосна слика за тоа како апелите на страв влијаат врз емоциите (негативни) на индивидуите, направена е анализа на тоа како рекламните пораки со висок односно низок интензитет на страв влијаат врз различните (негативни) емоции кај индивидуите кои ја примаат пораката и земајќи ги во предвид полот и возраста и како тие влијаат преку спроведување истражување со примена на метод на испитување преку прашалник. На крај, дадени се заклучни согледувања во однос на истражувањето кое е спроведено.

2. ПРЕГЛЕД НА ЛИТЕРАТУРАТА

Според Lewis, I. et al., 2007 машките учесници во сообраќајот, во однос на нивните женски колеги, се изложени на поголем ризик да бидат убиени или повредени при сообраќајна несреќа, затоа пораките се дизајнирани да бидат ефективни. Сепак, изненадувачки е тоа што, полот влијае врз прифаќањето на физички загрозувачките реклами за безбедноста во сообраќајот. Ова ограничување во литературата постои поради сугестиите дека мажите, поточно младите мажи, може да бидат повеќе загрозувани од социјалните закани, како што е заканата од губење на возачката дозвола.

Според Fisher and Dube, 2005, се смета дека жените и мажите различно реагираат на пораките со емоции. Според стереотипите, се смета дека жените се поемотивни од мажите и од таму произлегува дека жените имаат поекстремни одговори на емотивните пораки. Се смета дека постојат мали разлики помеѓу мажите и жените. Дали мажите и жените различно ги доживуваат емоциите е контроверзно. Но она што е сигурно е дека жените подобро комуницираат вербално и невербално без разлика дали се работи за позитивни или негативни емоции. Се смета дека мажите кога е сами ги искажуваат своите емоции слободно но кога се во група не е така. Тие може да се однесуваат според тоа како сметаат тие и така ги покажуваат своите емоции или според тоа како е прифатливо.

Од овде произлегуваат втората група хипотези:

Хипотеза 1а: *Постојат статистички значајни разлики во перцепциите за степенот на негативни емоции генерирани од пораките со пониско ниво на страв помеѓу испитаниците од машки и од женски пол*

Хипотеза 1б: *Постојат статистички значајни разлики во перцепциите за степенот на негативни емоции генерирани од пораките со повисоко ниво на страв помеѓу испитаниците од машки и од женски пол*

Според Carstensen et al., 2003, социо - емоционалната теорија на селективност сугерира дека постарите возрасни управуваат со искуство и емоции за да обезбедат позитивни емоционални резултати и дека емоционално значајните информации за нив се поважни отколку за помладите возрасни лица. Социо - емоционалната теорија на селективност се разликува од другите мотивациони модели на развој на животниот век со тоа што ја смета временската перспектива како основен механизам кој ги одредува промените. За разлика од развојните теории кои се фокусираат на времето од раѓањето (односно, хронолошката возраст), социо - емоционалната теорија на селективност тврди дека - каде што е мотивацијата - времето кое останува во животот е повеќе информативно. Во согласност со овој аргумент, помладите луѓе кои се приближуваат кон крајот на својот живот, најверојатно ќе ги потенцираат емоционалните аспекти на нивниот живот, како што тоа го прават постарите луѓе. Експерименталните студии исто така покажуваат дека манипулирањето со временската перспектива ги елиминира возрасните разлики во социјалните цели. Преференциите на помладите луѓе за емоционално блиските партнери се зголемуваат кога временската перспектива е експериментално ограничена. Спротивно на тоа, преференциите на постарите луѓе за емоционално блиските партнери се намалуваат кога временската перспектива е експериментално проширена. Покрај тоа, старосните разлики во преференциите за емоционално блиските партнери се елиминираат со статистички контролирање на временска перспектива. Сите горенаведени докази сугерираат дека временската перспектива, а не возраста сама по себе, ги зема предвид возрасните разлики во целите.

Според Lennon, R. et al., 2010, на младите стравот им апелира да ги променат намерите и однесувањето. Постојат неколку истражувачки студии кои укажуваат на тоа дека младите луѓе признаваат кога се плашат. Апелите се обидуваат да ги заплашат да не земаат дрога или да не пушат, но ја сметаат самата порака ирелевантна за нив лично или пак се сомневаат дека последиците кои се претставени би им се случиле на нив. Во Велика Британија, во текот на 1990-тите години, биле направени голем број на истражувачки проекти за да помогнат во развојот на кампањите за ХИВ / СИДА. Во истражувањето кое било спроведено на шкотските тинејџери, било откриено дека тие признаваат дека рекламирањето било наменето да ги исплаши луѓето воопшто, но тие не се пронаоѓаат во него. Тинејџерите сметаат дека апелите со шок би имале ефект кај другите, но не и на нив. Понатаму, со распространетоста на графички и насилни слики во видео игрите, филмови, па дури и емисии, уште е понесигурно денес дали луѓето се засегнати од апелите на страв. Ова може да биде особено точно за жалбите насочени кон младите, бидејќи денешната младина има многу поголема изложеност од претходните генерации на графички слики и други пораки на страв. Сепак се смета дека нема да се најдат значајни разлики во одговорите според возраста на испитаниците.

Според Williams, P. and Drolet, A., 2005, се смета дека постарите и младите имаат различни начини на обработка на информации кога ги земаме во предвид емоциите. Постарите имаат тенденција да ги земат во предвид пред се емоциите отколку младите, кои имаат тенденција да гледаат пообјективно. Оваа разлика влијае на резултатите. Созревањето се појавува одговорно. Зрелите поединци развиваат посложено разбирање на емоциите и настојуваат повеќе да ги интегрираат. Овој процес на интеграција е важен дел од развојот на егото и мудроста. Како резултат на тоа, постарите лица се поспособни да ги признаат своите емоции, да ги решат проблемите со емоционално набљудување како и да ја издржат напнатоста на мешаните емотивни искуства. Покрај созревањето, перцепциите за краткотрајноста на животниот век придонесуваат за зголемената мотивација на постарите да се фокусираат на емоциите.

Според Nesbitt, et al. 2011, социоемоционалната теорија на селективност сугерира дека постарите управуваат со искуство и емоции за да обезбедат позитивни емоционални резултати и дека емоционално значајните информации за нив се поважни отколку за помладите лица. Покрај тоа, емотивниот интензитет на негативните емоции има тенденција да се намалува со возраста.

Според Chandy, R.K. et al., 2001, младите треба да созреат за да станат свесни за производот односно апелот. Тие се додека не созреат нема да можат да бидат заземени од ефектот кој го има апелот.

Од овде произлегуваат првата група хипотези:

Хипотеза 2а: *Постојат статистички значајни разлики помеѓу перцепциите за степенот на негативни емоции генерирани од пораките со пониско ниво на страв кај испитаниците според возраста.*

Хипотеза 2б: *Постојат статистички значајни разлики помеѓу перцепциите за степенот на негативни емоции генерирани од пораките со повисоко ниво на страв кај испитаниците според возраста.*

3. МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

За потребите на овој труд, спроведено е истражување со користење прашалник на примерок од вкупно 100 испитаници. Прашалникот содржи 5 општи прашања кои се однесуваат на карактеристиките на испитаниците, како пол, возраст, поседување возачка дозвола, степен на активност како возач и број на сообраќајни несреќи во кои учествувале испитаниците, додека останатите 12 прашања се однесуваат на негативните емоции кои рекламите со апел на страв ги побудуваат кај испитаниците, за кои се користеше Ликертова скала со оценки од 1 до 5, каде 1 значеше најнизок степен на согласност, а 5 највисок степен на согласност. Изборот на анкета, како инструмент за емпириско истражување, се заснова на тоа што во анкетниот прашалник, одговорите на прашањата се веќе дадени, а изборот на најсоодветен одговор, според мислењето на испитаникот, се врши со едноставно заокружување на одговорот или потцртување на истиот. Предноста на овој инструмент е тоа што е доста едноставен за примена, додека недостатокот се согледува во отвореноста на прашањата, при што испитаникот има слобода да избере одговор за кој смета дека е точен. Во однос на статистичката анализа и обработката на добиените резултати од анкетниот прашалник, применета е дескриптивна статистика на одговорите од прашалникот, а тестирањето на поставените хипотези е изведено со примена на Kruskal valis тестот.

3.1. Структура на примерок

Анкетирани се вкупно 100 испитаници, од кои 82 се активни возачи. Од вкупниот број испитаници, 53 испитаници се мажи, додека 47 испитаници се жени. Во однос на старосната група, испитаниците се поделени на четири групи – 18-30 години, 31-40 години, 41-50 години, 51-61 година и над. Од добиените резултати, може да се заклучи дека постои приближно еднаква застапеност на испитаниците по старосни групи. На прашањето во колку сообраќајни несреќи имаат учествувало во последните 5 години, 91

испитаника одговорил дека учествувал во барем една сообраќајна несреќа, што претставува загрижувачки податок.

4. РЕЗУЛТАТИ

ХИПОТЕЗА 1

Хипотеза 1а: *Постојат статистички значајни разлики во перцепциите за степенот на негативни емоции генерирани од пораките со пониско ниво на страв помеѓу испитаниците од машки и од женски пол*

Хипотеза 1б: *Постојат статистички значајни разлики во перцепциите за степенот на негативни емоции генерирани од пораките со повисоко ниво на страв помеѓу испитаниците од машки и од женски пол*

Во однос на хипотезите дека испитаниците од машки и од женски пол се разликуваат кога станува збор за степенот на негативни емоции предизвикани од реклами со пониско односно повисоко ниво на страв се примени АНОВА тестот после проверката на сите предуслови за примена на истиот.

Во табела бр. 1 се прикажани податоците за просечната вредност на тврдењата, стандардната девијација и р вредноста односно резултатите од АНОВА тестот за порака со понизок интензитет на страв.

Табела бр.1 Резултати од АНОВА тестот за степенот на негативни емоции генерирани од пораки со пониско ниво на страв помеѓу испитаници од машки и испитаници од женски пол.

Ред. Бр.	Пол	N	Средна вредност за целиот примерок	Средна вредност	Стандардна девијација	АНОВА p value
1	машки	53	2.490	2.494	0.323	0.901
2	женски	47		2.486	0.301	

Извор: Пресметки на авторот

Врз основа на резултатите презентирани во Табела бр. 1 може да се заклучи дека не постојат статистички значајни разлики во степенот на негативните емоции предизвикани од рекламата со понизок интензитет на страв помеѓу мажите и жените. Имено, тргнувајќи од р вредноста (0,901) мажите и жените не се разликуваат во перцепциите за негативните емоции генерирани од реклама со понизок интензитет на страв. Всушност, испитаниците од машки пол имаат малку повисоки перцепции во врска со негативните емоции од порака со понизок интензитет на страв (2.494) во споредба со жените (2,486) и во споредба со просечната вредност на согласност со изјавите во врска со негативните емоции на целиот примерок (2,490) но тие разлики не се статистички значајни.

Во табела бр. 2 се прикажани податоците за просечната вредност на тврдењата, стандардната девијација и р вредноста односно резултатите од АНОВА тестот за порака со повисок интензитет на страв.

Табела бр. 2 Резултати од АНОВА тестот за степенот на негативни емоции генерирани од пораки со повисоко ниво на страв помеѓу испитаници од машки и испитаници од женски пол.

Ред. бр.	Пол	N	Средна вредност за целиот примерок	Средна вредност	Стандардна девијација	АНОВА p value
1	машки	53	4.088	4.107	0.515	.668
2	женски	47		4.066	0.416	

Извор: Пресметки на авторот

Од резултатите презентирани во Табела 2 а во врска со спроведениот АНОВА тест може да се заклучи дека не постојат статистички значајни разлики во степенот на негативни емоции предизвикани од порака со повисок интензитет на страв помеѓу испитаниците од машки и женски пол, односно полот нема влијание врз степенот на негативни емоции генерирани од порака со повисок интензитет на страв. Имено,

испитаниците од машки пол и овде имаат малку повисок степен на негативни емоции предизвикани од рекламната порака со повисок интензитет на страв (4.107) во споредба со жените (4.066) и во споредба со просечните вредности за целиот примерок (4.088) но сепак не станува збор за статистички значајни разлики кои треба да се земат предвид.

ХИПОТЕЗА 2

Хипотеза 2а: *Постојат статистички значајни разлики помеѓу перцепциите за степенот на негативни емоции генерирани од пораките со пониско ниво на страв кај испитаниците според возраста.*

Хипотеза 2б: *Постојат статистички значајни разлики помеѓу перцепциите за степенот на негативни емоции генерирани од пораките со повисоко ниво на страв кај испитаниците според возраста.*

По однос на хипотезата дека возраста има статистички значајно влијание врз негативните емоции кои ги предизвикуваат рекламите со различно ниво на интензитет, истата е тестирана со примена на ANOVA тестот, одделно за реклами со високо и реклами со ниско ниво на интензитет на апелот за страв. Со други зборови, тестот се однесува на тоа дали рекламните со различно ниво на интензитет на апелот за страв предизвикуваат негативна емоција со различен степен кај испитаници од различни возрастни групи.

Врз основа на приложените централни тенденции, и останати дескриптивни статистики на резултатите од спроведеното истражување, може да се забележи дека степенот на негативна емоција предизвикана од рекламните со понизок интензитет на апелот за страв е во просек пониска кај категоријата на испитаници на возраст од 41 до 50 години (просек 2,33 и медијана 2,33). Кај останатите категории на испитаници имаме иста вредност на медијаната (2,5), додека пак просечните вредности се движат во интервалот од 2,44 до 2,61. Кај рекламната со повисок интензитет на апелот за страв, степенот на негативни емоции кој истата го предизвикува е во просек понизок за највозрасната група испитаници (над 51 година), односно просечната вредност на негативните емоции изнесува 3,99, додека пак медијаната е 4,17. Кај останатите старосни групи медијаната е 4,33, додека пак просекот на негативните емоции се движи во рамки од 4,09 до 4,2.

Врз основа на спроведениот ANOVA тест може да се заклучи дека помеѓу степенот на негативни емоции за различни старосни групи, предизвикан од рекламната со понизок интензитет на апелот за страв (реклама 1), постојат статистички значајни разлики. Статистиката на тестот во овој случај изнесува 8,99, додека пак најмалото ниво на значајност на кое се отфрла нултата хипотеза е 0,0294. Кај втората реклама (со повисок интензитет), врз основа на спроведениот ANOVA тест, може да се констатира дека не постојат статистички значајни разлики во степенот на негативна емоција кај испитаниците од различни старосни групи. Статистиката на овој тест изнесува 2,64, додека пак најмалото ниво на значајност на кое се отфрла нултата хипотеза е 0,4511.

Со други зборови, кај испитаниците од различни старосни групи нема статистички значајни разлики во степенот на негативни емоции предизвикан од реклами со повисок интензитет на апелот за страв, додека пак кај реклами со понизок интензитет, испитаниците на возраст од 41 до 50 години во просек имаат понизок степен на негативни емоции од останатите старосни групи.

Реклама 1 - низок интензитет						
старосна група	N	средна вредност за целиот примерок	средна вредност	стандардна девијација	ANOVA F-stat.	ANOVA p-value
18-30	25	2.49	2.61	0.33	3.2927	0.0239
31-40	23		2.44	0.27		
41-50	18		2.33	0.24		
51>	34		2.51	0.33		

Реклама 2 - висок интензитет						
старосна група	N	средна вредност за целиот примерок	средна вредност	стандардна девијација	ANOVA F-stat.	ANOVA p-value
18-30	25	4.09	4.20	0.42	1.0669	0.3669
31-40	23		4.09	0.48		
41-50	18		4.13	0.39		
51>	34		3.99	0.53		

Извор: Пресметки на авторот

5. ЗАКЛУЧОК

Од наведеното во текстот може да се заклучи дека апелот во пораката од аспект на интензитетот на страв преставен во пораката, може да влијае на емотивниот одговор кај оние кои се изложени на пораката со апелот на страв. Карактеристиките на пораката во поглед на користениот апел се од исклучителна важност, бидејќи една порака може да поттикне и евоцира односно да предизвика различно ниво на емоции кај различни индивидуи. Промената на мислењето или на однесувањето на индивидуата зависи, до одреден степен, од емотивната компонента на апелот на страв, со оглед на тоа што пораките кои ги носат апелите на страв се запомнуваат од страна на индивидуите, а јачината, односно степенот на помнење ќе зависи и од тоа каква емоција побудила таа порака.

Според статистичката анализа на добиените резултати од анкетата, со примена на АНОВА тестот, Од резултатите презентирани во Табела 1 а во врска со спроведениот АНОВА тест може да се заклучи дека не постојат статистички значајни разлики во степенот на негативни емоции предизвикани од порака со повисок интензитет на страв помеѓу испитаниците од машки и женски пол, односно полот нема влијание врз степенот на негативни емоции генерирани од порака со повисок интензитет на страв. Додека пак, статистичката анализа на добиените резултати од анкетата, со примена на АНОВА тестот, презентирани во Табела 2 а во врска со спроведениот АНОВА тест може да се заклучи дека не постојат статистички значајни разлики во степенот на негативни емоции предизвикани од порака со повисок интензитет на страв помеѓу испитаниците од различна возраст, додека пак постојат статистички значајни разлики во степенот на негативните емоции предизвикани од порака со понизок интензитет на страв помеѓу испитаниците од различна возраст.

РЕФЕРЕНЦИ

- [1] Carstensen, L. L., Fung, H. H., & Charles, S. T. (2003). Socioemotional selectivity theory and the regulation of emotion in the second half of life. *Motivation and emotion*, 27(2), 103-123.
- [2] Chandy, R. K., Tellis, G. J., MacInnis, D. J., & Thaivanich, P. (2001). What to say when: Advertising appeals in evolving markets. *Journal of Marketing Research*, 38(4), 399-414.
- [3] Donovan, R. J., & Henley, N. (2003). *Social marketing: Principles and practice*. Melbourne: IP communications.
- [4] Fisher, R. J., & Dubé, L. (2005). Gender differences in responses to emotional advertising: A social desirability perspective. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 850-858.
- [5] Lennon, R., Rentfro, R., & O'Leary, B. (2010). SOCIAL MARKETING AND DISTRACTED DRIVING BEHAVIORS AMONG YOUNG ADULTS: THE EFFECTIVENESS OF FEAR APPEALS. *Academy of Marketing Studies Journal*, 14(2).
- [6] Lewis, I., Watson, B., & Tay, R. (2007). Examining the effectiveness of physical threats in road safety advertising: The role of the third-person effect, gender, and age. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 10(1), 48-60.
- [7] Lukic, D., & Flyholm, P. E. (2009). Emotional appeals in social marketing-A comparative analysis of positive and negative appeals in two types of social marketing campaigns. *Aarhus School of Business Department of Language and Business Communication*.

- [8] McKay-Nesbitt, J., Manchanda, R. V., Smith, M. C., & Huhmann, B. A. (2011). Effects of age, need for cognition, and affective intensity on advertising effectiveness. *Journal of Business Research*, 64(1), 12-17.
- [9] Williams, P., & Drolet, A. (2005). Age-related differences in responses to emotional advertisements. *Journal of consumer research*, 32(3), 343-354.

**DETERMINANTS OF TRANSITIONAL PROCESSES IN MONTENEGRO - GENESIS
AND CONSEQUENCES OF MANAGEMENT ASPECT**

Rajko Novičević

University ADRIATIK Bar, Faculty of Business Economy, Bar, Montenegro rajko.novicевич@t-com.me

Nikola Abramović

University ADRIATIK Bar, Faculty of Business Economy, Bar, Montenegro

nikola.abramovic.fpe@gmail.com

Abstract: All post-communist countries, or post-communist countries who have faced or have been faced with the process of changing the value system, that is, the changes that affect all the pores of society and, rightly, we can conclude that these changes have the character of revolutionary ones. The different flows, the consequences and the duration of these processes in different transitional societies become significant indicators for the analysis of the determinants that determine its character.

The main purpose of this paper is to present the key determinants, the determinants that define the character, essence and in the final attempt to answer the question of the inadequate long duration of this process. It is obvious that Montenegrin society entered the process of transition, perceiving superficially its essence and depth, considering as the fundamental and only important determinant of that process the change of ownership, or title of ownership. After almost three decades, we conclude that the Montenegrin society and the Montenegrin economy are in the process of transition, while at the same time we have the fact that social property has not existed for decades, and that it has received its titles either by state or private.

We have not accidentally noted that the transition is a change in the value system of society, which is comprehensive and represents its fundamental determinant. The value system of society is essentially the expression and reflection of cultural determinants and values that are deeply ingrained and exist in its own identity. Thus, the culture of a society, its heritage, is a key determinant for the success and speed of all other processes of whatever character they were.

The entry of Montenegrin society into the transition process did not imply the imposition and adaptation of the measures and procedures of transition, but the mere copying of models that were applied or applied with more or less success in other countries that do not have almost any common determinants with the Montenegrin cultural or value system.

Thanks to comprehensiveness, scope and ultimate goals, the process of transition in this paper is seen as a process of radical revolutionary value changes and we see it as a condition of building a new value system on the foundations of the ruins of the old socio-communist ideological project. Our approach is essentially economically, and less sociologically, and we risk that many sociologists will not agree with it.

Keywords: management, transition, system of values, culture, corporate culture

**DETERMINANTE TRANZICIONIH PROCESA U CRNOJ GORI
– GENEZA I POSLJEDICE SA ASPEKTA MENADŽMENTA–**

Rajko Novičević

Univerzitet ADRIATIK Bar, Fakultet za poslovnu ekonomiju, Bar rajko.novicевич@t-com.me

Nikola Abramović

Univerzitet ADRIATIK Bar, Fakultet za poslovnu ekonomiju, Bar nikola.abramovic.fpe@gmail.com

Abstrakt: Sve postsocijalističke, odnosno postkomunističke zemlje su suočene ili su bile suočene sa procesom promjene vrijednosnog sistema, odnosno promjenama koje zahvataju sve pore društva i, s pravom, možemo konstatovati da te promjene imaju karakter revolucionarnih. Različiti tokovi, posljedice i vremensko trajanje ovih procesa, u različitim tranzicionim društvima, postaju značajni indikatori za analizu determinanti koje opredjeljuju njegov karakter.

Osnovna intencija ovog rada je da prezentuje ključne odrednice, odnosno determinante koje opredjeljuju karakter, suštinu i u krajnjem pokušaja dati odgovor na pitanje neprimjereno dugog trajanja ovog procesa. Očigledno je da je crnogorsko društvo ušlo u proces tranzicije sagledavajući površno njegovu suštinu i dubinu, smatrajući kao temeljnu i jedinu važnu odrednicu tog procesa promjenu vlasništva, odnosno titulara svojine.

Poslije gotovo tri decenije konstatujemo činjenicu da je crnogorsko društvo i crnogorska ekonomija u procesu tranzicije, a da istovremeno imamo činjenicu da društvena svojina već decenijama ne postoji i da je ista dobila svoje titulare bilo oni državni ili privatni.

Nijesmo slučajno konstatovali da tranzicija predstavlja promjenu vrijednosnog sistema društva, a koji je sveobuhvatan i predstavlja njegovu temeljnu odrednicu. Vrijednosni sistem društva suštinski predstavlja iskaz i refleksiju kulturnih odrednica i vrijednosti koje su duboko usađene i egzistiraju u njegovoj samobitnosti. Dakle, kultura jednog društva, njeno nasljeđe, predstavlja ključnu determinantu za uspješnost i brzinu svih drugih procesa ma bilo kog karaktera oni bili.

Ulazak crnogorskog društva u proces tranzicije nije podrazumijevao upodobljavanje i prilagođavanje mjera i postupaka tranzicije već puko kopiranje modela koji su primijenjeni ili se primjenjuju sa manje ili više uspjeha u drugim državama koje sa crnogorskim kulturnim, odnosno vrijednosnim sistemom nemaju gotovo nikakvih zajedničkih odrednica.

Zahvaljujući sveobuhvatnosti, dometima i krajnjim ciljevima, proces tranzicije u ovom radu posmatramo kao proces korjenitih revolucionarnih vrijednosnih promjena i koji vidimo kao uslov izgradnje novog vrijednosnog sistema na temeljima ruševina starog socio-komunističkog ideološkog projekta. Naš pristup u svojoj suštini je prije svega ekonomski, a manje sociološki i rizikujemo da se mnogi sociolozi neće složiti sa istim.

Ključne riječi: menadžment, tranzicija, sistem vrijednosti, kultura, korporativna kultura

UVOD

Poslije gotovo tri decenije trajanja procesa tranzicije crnogorskog društva moramo konstatovati činjenicu da danas nemamo željene rezultate i da govorimo samo o obrisima i naznakama novog društveno-ekonomskog i vrijednosnog sistema.

S pravom se može konstatovati da je menadžment ljudskih resursa jedna od najvažnijih poslovnih funkcija koja ima bitne strategijske i razvojne dimenzije. Na ovu važnu poslovnu funkciju, kao uostalom i na sve aktivnosti upravljanja kompanijom i na samu kompaniju ima uticaj niz unutrašnjih i spoljnjih činalaca i faktora. Od spoljnjih činalaca treba posebno apostrofirati⁶⁵ kulturu društva, ekonomski sistem, tržište rada, institucionalne uslove i sl. Unutrašnji faktori, koji imaju značajan uticaj na ovu poslovnu funkciju, ostale poslovne funkcije i preduzeće u cjelini, posebno se apostrofiraju:⁶⁶ veličina preduzeća (organizacije), poslovna strategija, tehnološka opremljenost, korporativna kultura, vrsta djelatnosti, faze organizacionog razvoja.

Kako je menadžment po svojoj definiciji i suštini obavljanje poslova uz pomoć ljudi i preko ljudi na uspješnost istog, posebno u kontekstu tranzicionih društava, imaju oni činioци koji opredjeljuju i determinišu ponašanje ljudi, a to je prevashodno kultura društva.

SHVATANJA DRUŠTVENE KULTURE I NJENIH IMPLIKACIJA NA MENADŽMENT

Usvojene i preovlađujuće kulturne vrijednosti i izgrađen vrijednosni sistem u znatnoj mjeri determinišu ukupno ponašanje ljudskih resursa. Sa aspekta menadžmenta to predstavlja više nego dovoljan razlog za detaljnijom analizom tih refleksija. Kao i svaki društveni fenomen tako i kulturu u opštem smislu, a zbog svoje kompleksnosti, obuhvatnosti i složenosti, različiti autori različito vide i definišu. Po E. Scheinu kultura predstavlja⁶⁷ “model bazičnih pretpostavki – otkrivenih ili razvijenih od strane grupe u procesu njenog sukobljavanja sa problemima interne integracije i eksterne adaptacije, koje funkcionišu dovoljno uspešno da se mogu smatrati ispravnim i koje mogu biti prenete novim članovima kao korektan način percepcije, mišljenja i osećanja.“ J. Engl i R. Blackwell⁴ pod kulturom podrazumijevaju set vrijednosti, ideja, stvaralaštva i drugih značajnih simbola koji ljudima pomažu da komuniciraju, objašnjavaju i ocjenjuju kao članovi društva. H. Koontz i H. Weihrich⁵ kulturu vide kao opšti obrazac ponašanja povezan sa vrijednostima i vjerovanjima koja se razvijaju tokom vremena. M. Ilić⁶ pod kulturom podrazumijeva “skup svih onih procesa, promena i tvorevina koje su nastale kao posledica materijalne i duhovne intervencije ljudske vrste (u prirodi, društvu i mišljenju). A osnovni smisao kulture sastoji se u tom da olakša

⁶⁵ Novičević R.: Upravljanje radnom uspješnošću, Pobjeda a.d, Podgorica, 2008, str. 121.

⁶⁶ Bahtijarević Š., F.: Management ljudskih potencijala, Golden marketing, Zagreb, 1999, str. 76.

⁶⁷ Schein: Organizational Culture and Leadership, (preuzeto iz : Janičijević N., Milovanović S.: Kultura i moć u organizacionoj transformaciji jugoslovenskih preduzeća, Ekonomski anali, Beograd, 1991. str. 59.)

⁴ Engl J., Blackwell R., Miniard P.: Consumer Behavior, eight edition, (preuzeto iz knjige: Maričić B.: Ponašanje potrošača, Savremena administracija, Beograd, 1999, str. 130.)

⁵ Koontz H., Weihrich H.: Essentials of Management, 5 th ed., McGraw Hill, New York, 1990, str. 567.

⁶ Ilić M.: Sociologija kulture i umetnosti, Beograd, 1966, str. 13.

održanje, produženje i napredak ljudske vrste.“ Sa aspekta ovakvih pristupa i viđenja kulture društva možemo zaključiti koliki je njen značaj i uticaj na menadžment, odnosno na ljude koji predstavljaju centralni predmet interesovanja i djelovanja menadžmenta.

U tranzicionim društvima kakvo je crnogorsko, odnosno u društvima koja tragaju i rade na uspostavi novog vrijednosnog okvira, a da suštinski i ne znaju kakav će biti krajnji ishod, čitav ovaj proces otvara mnoge dileme i nedoumice. U tom kontekstu možemo tražiti uzroke bojazni ljudi od promjena i njihovo sporo reagovanje na iste. Živimo vrijeme turbulentnih promjena, one su bitne, potrebne ali one stvaraju neizvjesnost i probleme.

Ključni problem današnjeg crnogorskog društva jeste stanje duboke funkcionalne krize. Ona se ne može prevladati reinženjeringom organizacionih i drugih procesa već isključivo što bržom promjenom obrasca sveukupnog promišljanja, odnosno svijesti ljudi na polju prihvatanja novih vrijednosnih okvira. U tom kontekstu čini se posebno interesantno viđenje kulture G. Hofstede⁷, koji pod kulturom podrazumijeva „kolektivno programiranje svijesti (mind) koja razlikuje članove jedne grupe ili kategorije ljudi od druge.“ Sa aspekta menadžmenta tranzicija koja u najvećoj mjeri uspije uticati u ovom kontekstu imaće zadovoljavajući rezultat. Kultura se, dakle, u savremenom značenju mora posmatrati kao dostignuće ljudske zajednice koja služi razvoju čovjeka i društva kao cjeline. U najširem poimanju pod kulturom se, kako to ističe R. Božović⁸, „sve više shvata način života (nivo života, stil života, kvalitet života, standard života), a ne svečanost i svetkovina. Na taj način kultura se ne odvaja od ljudskog života čovekovog svakodnevlja. Ona razvija čovekove urodne sposobnosti i unapređuje unutrašnje kvalitete života, podstiče intelektualne, duhovne i moralne vrednosti pojedinca i društva. Zato nije neobično da se kultura vidi kao ‘uslov za sve ostalo’ što se određuje kao stav i kao komunikacija.”

GENEZA DRUŠTVENE KULTURE I NJENE REFLEKSIJE NA KORPORATIVNU KULTURU

Korporativnu kulturu, odnosno kulturu preduzeća nije moguće posmatrati izolovano i nezavisno od opšte prihvaćenih kulturnih normi i načela sredine u kojoj preduzeće i njegovo ljudski resursi egzistiraju i od kojih potiču. Korporativna kultura naših organizacija nosi sva obilježja opšte prihvaćenih društvenih normi, odnosno društvene kulture. Gotovo sve definicije i teorijske analize fenomena korporativne kulture ukazuju da ona uključuje zajednički sistem vrijednosti, pravila, vjerovanja, stavove, motive, percipiranje nagrade i sklonost promjenama članova organizacije. Tako, S. Čamilović⁹ pod pojmom kulture preduzeća podrazumijeva skup ponašanja koja se ponavljaju i koja se predvidljivo zbivaju kao odgovor na određene situacije. S. Certo i J. Peter¹⁰ korporativnu kulturu definišu kao sistem učešća u vrijednostima i stavovima koji utiču na efektivnost formulacije strategije i njene implementacije. E. Aksenova¹¹ korporativnu kulturu vidi kao složeni kompleks pretpostavki bezuslovno prihvaćenih od svih zaposlenih u preduzeću i zadati opšti okvir ponašanja koji donosi veći ugled organizaciji. N. Janićijević pod pojmom korporativne kulture podrazumijeva: “sistem pretpostavki, vjerovanja, vrednosti i normi ponašanja koje su članovi jedne organizacije razvili i usvojili kroz zajedničko iskustvo i koji usmeravaju njihovo mišljenje i ponašanje.”¹² Kada govorimo o biti i suštini korporativne kulture i njenom značaju za menadžment, bitno je naglasiti da se ona ne nasljeđuje već stiče. U skladu sa tim V. Džamić ističe njena osnovna svojstva, i to:¹³

- nenasledivost, tj. stečenost;
- deljivost;
- činjenica da obuhvata i materijalne i nematerijalne aspekte;
- adaptivnost.

Genezu brojnih osobenosti kulture crnogorskog društva moramo posmatrati dugi niz decenija unazad. Dugo godina važeći kulturološki obrazac na našim prostorima izveden je iz pretpostavke o “ograničenom dobru“ (Obradović, 1982.).¹⁴ Pretpostavka o ograničenom dobru potiče od vremena kada je zemlja bila jedini i glavni ekonomski resurs i koja je po svojoj prirodi bila i fizički ograničena. To se vezuje za period tradicionalne agrarne zajednice i odgovaralo je njenim svojstvima i obilježjima. Ovakva pretpostavka nije nestala sa pojavom industrijskog načina

⁷ Hofstede G.: Cultures and Organizations; Software of Mind, McGraw Hill, New York, 1991, str. 5.

⁸ Božović R.: Komunikacija kao igra, Direktor, br. 1, 1995, str. 58.

⁹ Čamilović S.: Kadrovska politika preduzeća, TEKON – Tehnokonsalting, Beograd, 2000, str. 80.

¹⁰ Certo s., Peter J.: Strategic Management Concepts and Aplikations, McGraw – Hill, Inc, 1991, str. 141.

¹¹ Aksenova E.: Upravljenje personalom, Učebnik, M.: Juniti, Moskva, 2000, str. 155.

¹² Janićijević N.: Organizaciona kultura – kolektivni um preduzeća, ULIXES, Novi Sad, 1997, str.42.

¹³ Džamić V.: Organizaciono ponašanje i korporativna kultura, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2016, str. 78.

¹⁴ Janićijević N., Milovanović S.: Kultura i moć u organizacionoj transformaciji jugoslovenskih preduzeća, Ekonomski anali, Beograd, 1991. str. 60.

proizvodnje već se zadržala do današnjih dana. Iz ovakve vrijednosne osnove izvedene su dvije dominantne vrijednosti u našoj kulturi: egalitarizam i kolektivism. ¹⁵ Današnje crnogorsko društvo je još uvijek po mnogo čemu tradicionalno, sa izraženom potrebom pripadanja kolektivitetima (političkim, partijskim i sl.). Ovakav kulturni obrazac u savremenim uslovima privređivanja, koji karakteriše preduzetništvo i tržišna privreda, postaje potpuno nekompatibilan. Zavisno od dinamike procesa prevazilaženja jaza između starog i novog vrijednosnog okvira zavisice i brzina tranzicionih procesa, a svakako i njihov kvalitet. Imajući ¹⁶ u vidu sva obilježja korporativne kulture jasno je da je za njen razvoj i izgradnju potrebno znatno duže vrijeme. To iz razloga što se korporativna kultura temelji, odnosno nalazi svoje izvorište na izgrađenom vrijednosnom sistemu društva, a za zemlje u tranziciji, kakva je i naša, u kojima još uvijek postoje paralelno stari i prevaziđeni vrijednosni sistem, a sporo se uspostavlja novi, čini da ovaj proces bude znatno sporiji.

ZAKLJUČAK

Tranzicija crnogorskog društva teško da je, poslije svih učinjenih grešaka i specifičnog kulturnog i vrijednosnog nasljeđa, mogla biti brža i efikasnija. U radu su pomenuti samo neki od važnih tranzicijskih procesa koji su od izuzetnog značaja za menadžment preduzeća i organizacija uopšte.

Egalitarizam kao vrijednosna orijentacija mora nestati zbog činjenice da svi ljudi nemaju iste sposobnosti, niti raspoložu istim znanjima. Umjesto pravedne i jednake raspodjele potrebno je pružiti jednake šanse, a umjesto kolektivismu treba pružiti šansu individualizmu i preduzetništvu.

REFERENCE

- [1] Aksenova E.: Upravljenje personalom, Učebnik, M.: Juniti, Moskva, 2000.
- [2] Bahtijarević Š., F.: Management ljudskih potencijala, Golden marketing, Zagreb, 1999.
- [3] Božović R.: Komunikacija kao igra, Direktor, br. 1, 1995.
- [4] Certo s., Peter J.: Strategic Management Concepts and Aplikations, McGraw – Hill, Inc, 1991.
- [5] Čamilović S.: Kadrovska politika preduzeća, TEKON – Tehnokonsalting, Beograd, 2000.
- [6] Džamić V.: Organizaciono ponašanje i korporativna kultura, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2016.
- [7] Hofstede G.: Cultures and Organizations; Software of Mind, McGraw Hill, New York, 1991.
- [8] Ilić M.: Sociologija kulture i umetnosti, Beograd, 1966.
- [9] Janićijević N., Milovanović S.: Kultura i moć u organizacionoj transformaciji jugoslovenskih preduzeća, Ekonomski anali, Beograd, 1991.
- [10] Janićijević N.: Organizaciona kultura – kolektivni um preduzeća, ULIXES, Novi Sad, 1997.
- [11] Koontz H., Weihrich H.: Essentials of Management, 5 th ed., McGraw Hill, New York, 1990.
- [12] Maričić B.: Ponašanje potrošača, Savremena administracija, Beograd, 1999.
- [13] Novičević R.: Upravljanje radnom uspješnošću, Pobjeda a.d, Podgorica, 2008.

¹⁵ Isto, str. 61.

¹⁶ Novičević R.: Upravljanje radnom uspješnošću, Pobjeda a.d, Podgorica, 2008, str. 132.

DIAGNOSTICING OF STYLES OF MANAGING IN CONFLICT SITUATIONS

Elenica SofijanovaUniversity „Goce Delcev,, – Stip, Republic of Macedonia, elenica.sofijanova@ugd.edu.mk,**Krume Nikoloski**University „Goce Delcev,, – Stip, Republic of Macedonia, krume.nikoloski@ugd.edu.mk,**Goran Krsteski**MVR – Skopje, Republic of Macedonia goran.krsteski.dcaf@gmail.com

Abstract: Managers in organizations manage autocratic, building a democratic society. Absurd! Building a society means education for democracy, knowledge of managing the structure, but also with the immediate executives in the organization, staffing, resource management, conflict management. In general, it is oriented towards two options - to the execution of tasks and to building good interpersonal relationships in the organization. Both are oriented towards achieving organizational goals. In this way, a general classification in the management styles is made, which are divided into two directions: autocratic styles and democratic styles. The central focus in this paper are the management styles in which the organizational maturity is based and their dependence on the way of resolving the conflict situations that create a conflicting partnership. When one is practiced, and when the other one, on which situational variables depends on it? Both are desirable in certain situations. But in the absence of trust and respect among the human factor (according to certain research), it is managed by an "improperly wrong" style based on the power of the position in the hierarchical pyramid, which satisfies, first of all, its own interests to the detriment of the organizational. It is the source and cause of many conflict situations that create the wrong effects and disincentives of employees.

Keywords: organizational structure, managerial styles, organizational maturity, conflict partnership, trust and respect

ДИЈАГНОСТИЦИРАЊЕ НА СТИЛОВИ НА МЕНАЦИРАЊЕ ВО КОНФЛИКТНИ СИТУАЦИИ**Еленица Софијанова,**Универзитет „Гоце Делчев,, – Штип, Република Македонија, elenica.sofijanova@ugd.edu.mk**Круме Николоски,**Универзитет „Гоце Делчев,, – Штип, Република Македонија, krume.nikoloski@ugd.edu.mk**Горан Крстески,**МВР – Скопје, Република Македонија goran.krsteski.dcaf@gmail.com

Резиме: Менаџерите во организациите управуваат „автократски,, градејќи демократско општество. Апсурд! Градење на општество подразбира едукација за демократија, знаење за управување со структурата, но и со непосредните извршители во организацијата, со кадровските работи, управување со ресурсите, управување со конфликтните ситуации. Генерално, тоа е ориентирано кон две опции – кон извршување на задачите и кон градење на добри меѓучовечки односи во организацијата. И двете се ориентирани кон остварување на организациските цели. На овој начин се врши генерална класификација во стиловите на менаџирање, кои се поделени во две насоки: автократски стилови и демократски стилови.

Централно тежиште во овој труд се стиловите на менаџирање во чија база е организациска зрелост и нивната зависност од начинот на разрешување на конфликтните ситуации кои создаваат конфликтно партнерство. Кога се практикува едниот, а кога другиот, од кои ситуациски варијабли зависи тоа? И двата се пожелни во одредени ситуации. Но, во отсуство на доверба и почит меѓу човечкиот фактор (според одредени истражувања) се менаџира со „несоодветно погрешен,, стил заснован на моќта од позицијата во хиерархиската пирамида, со што се задоволуваат, пред се, сопствените интереси на штета на организациските. Тоа е извор и причина за многу конфликтни ситуации кои создаваат погрешни влијанија и дестимулација на вработените.

Клучни зборови: Организациска структура, менаџерски стилови, организациска зрелост, конфликтно партнерство, доверба и почит

1. ВОВЕД

Управувањето на организацијата е важно за нејзината егзистенција бидејќи тоа е комплекс на функции, кој во еден организациски систем е задолжен за дефинирање на целите-определување на патиштата за достигнување на целите и „водење“, кон остварување на тие цели.

Во организацијата, колку повеќе се задоволуваат и егзистираат личните цели, толку помалку се остава простор за реализација на организациските цели. Резултатите се очигледни за сите, намалена ефективност, минимална продуктивност, демотивирани вработени, но сепак моќни менаџери задоволни од своето влијание и стекнат авторитет и врз основа на тоа го градат својот сопствен стил на управување. Ако досега критериуми за дијагностицирање на стилот на управување биле доследноста во однесувањето, принципиелноста при донесување одлуки и коректноста кон вработените, сега се чувствува потреба од нови критериуми по кои ќе се врши класификацијата.

2. ТРАНСФОРМИРАНО ОРГАНИЗАЦИСКО ОДНЕСУВАЊЕ И ДЕЛУВАЊЕ

Во современите организации работата и активностите на луѓето не претставуваат само задоволување на основните потреби. Вработените не се исцрпуваат исклучиво во процесите на вршење на професионалните работи и задачи. Работата, однесувањето и делувањето во организацијата се трансформираат во средство, односно начин преку кој вработените се менуваат и се усовршуваат себе си како личности и субјекти во организацијата и во своето пошироко животно опкружување. Причините и мотивите за работа се многубројни, а можат да се класифицираат на следниов начин:

1. Навика
2. Задоволство
3. Финансиска добивка
4. Моќ

Добрите работни односи и интеракцијата со подредените, менаџерите, се круцијални аспекти во квалитетниот работен живот преку кои се остваруваат личните и организациските цели. со зголемување на членовите во групите се зголемува и степенот на конфронтација помеѓу нејзините членови, а се намалува солидарноста внатре во организациските единици. Затоа, современите услови на работење во кои доминираат непредвидливи ситуации и промени во опкружувањето го насочуваат менаџирањето кон интегрирано работење кое се смета за флексибилен организациски облик во организацијата. Се поаѓа од следните елементи:

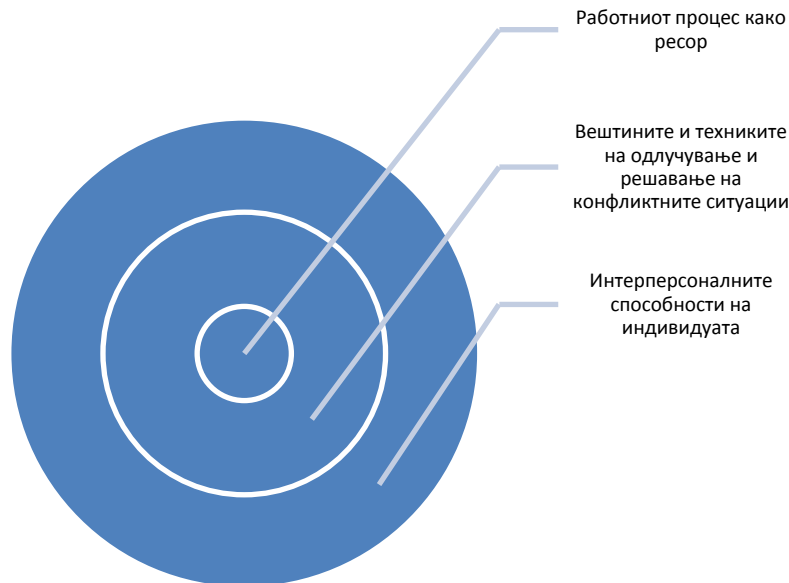
- ✓ Вештините и способностите на членовите
- ✓ Пристапот и заедничкиот „работен јазик“,
- ✓ Одговорноста

На тој начин се врши комбинација на комплементарни вештини, кои во основа се однесуваат на

1. Работниот процес како ресор
2. Вештините и техниките на одлучување и решавање на конфликтните ситуации
3. Интерперсоналните способности на индивидуата

Притоа, посебен акцент се става на одговорноста, освен колективната присутна во секое заедничко работење во организациските единици. Според Мулинс (Mullins, 1999:89) добри квалитетни организациски соодноси ги претпоставуваат следниве карактеристики:

- ✓ интеграција на организациските и личните цели;
- ✓ демократско функционирање на организацијата со можности за партиципирање;
- ✓ взаемна доверба, размислување и поддршка меѓу различните нивоа на организацијата;
- ✓ можност за отворена дискусија за конфликтите како обид за избегнување на конфронтација;
- ✓ менаџерско однесување и управување соодветно за одредена работа и ситуации;
- ✓ препознавање на човечките потреби и очекувања на работа, како и на индивидуалните разлики и атрибути;
- ✓ еднаков систем за наградување според однапред поставени критериуми;
- ✓ грижа за квалитетот на „работниот“, живот во организацијата;
- ✓ можност за личен развој и напредување;
- ✓ смисла за идентификување со- и лојалност на- организацијата и поседување на чувство за ценет и важен член;



Слика 1. Комбинација на комплементарни вештини

Влијанието практично, ја вклучува секоја интерперсонална трансакција на вработените поттикната од менаџерот кој пак, иако има овластувања тоа треба со умна, и обмислена тактика да го покажува. Неприфатлива е сугестијата „шефот може да не биде секогаш во право, но тој секогаш е шеф,,. Луѓето сакаат да бидат замолени, а не да им се наредува. Токму на овој начин можат да се избегнат голем број на конфликтни ситуации.

3. СТИЛОВИ НА МЕНАѢРАЊЕ ВО ОРГАНИЗАЦИЈАТА СПОРЕД СИТУАЦИСКИ ВАРИЈАБЛИ

„Скоро секогаш е многу полесно да се промени човековата работна средина, отколку неговиот карактер или неговиот стил на однос спрема другите,,

Стилот на менаџирање дава комплетно обележје на организацијата. Спремноста за негова промена е една од најтешките промени воопшто во организацијата. Зошто е толку тешко да се извршат промени во стилот на менаџирање? Според Бланчард и Херси ситуациски варијабли се:

1. Релација менаџер-други вработени
2. Користење на позицијата (сила)
3. Структура на задачата (P.Hersy, K.H Blanchard, 1988:143)



Слика 2. Ситуациски варијабли според P.Hersy, K.H Blanchard

Од истражувањата што ги направиле овие автори, ситуациските менаџерски стилови се базираат пред се, на:

- ✓ меѓу односот помеѓу големината на менаџирањето и насоката дадена од менаџерот;
- ✓ големината на социо-емоционалната поддршка што менаџерот ја дава;

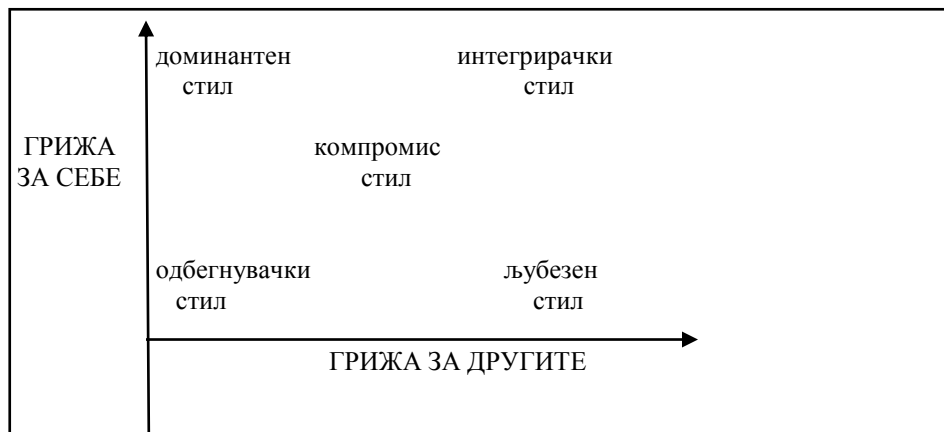
- ✓ степенот на спремност (зрелост) кај вработените што ја покажуваат, вршејќи некоја задача или остварувајќи некоја цел;

Тие посочуваат на четири стилови на менаџирање во кои се инкорпирани комбинации од меѓучовечките корелации и односи во извршувањето на задачата. Менаџерот се вклучува во двонасочно комуницирање давајќи им поддршка, храброст кои се таканаречени „психолошки удари,, и пример на однесување. Тоа значи активно слушање на вработените и поддржување на нивните напори.

1. „Стил на наредување,, (Telling style)
2. „Стил на продавање,, (Selling style)
3. „Стил на учество,, (Participating style)
4. „Стил на делегирање,, (Delegating style) (P. Hersy, K. H. Blanchard, 1988:153)

Во нивото на интервенции се претставени и стиловите со кои менаџерите се однесуваат и ги разрешуваат организациските конфликти. Па така, постојат:

1. Интегрирачки стил (Integrating style)
2. Љубезен, услужлив, учтив стил (Obliging style)
3. Доминантен стил (Dominating style)
4. Одбегнувачки стил (Avoiding style)
5. Компромисен стил (Compromising style) (Кралев:280)



Слика 3. Корелација помеѓу грижа за себе и грижа за вработените според проф. Кралев

Во зависност од степенот на грижа за себе и грижа за другите, генерално произлегува и друга класификација во стиловите на менаџирање на :



Слика 4. Класификација во стиловите на менаџирање

Односот помеѓу менаџерот и другите вработени и карактеристиките на персоналните особини подразбира создавање на квалитетен однос кој е од примарно значење. Хозе и Мичел (Hoyle&Mitchell, 1974) во нивната позната теорија ПАТ-ЦЕЛ (Path-goal theory) прилагодувањето на стилот го гледаат во степенот на авторитарноста и локус-контролата, а пак надоврзувајќи се на нив, Хозе и Деслер (Hoyle&Dessler, 1974) го набљудуваат нивото на постигнатите резултати, способноста за работа и личните, индивидуални особини. Херси и Бланчард (Hersy&Blanchard, 1977, 1984) ја истакнуваат зрелоста на вработените во поглед на работата, како и нивната психолошка зрелост - степенот на самоверба,

самопочитување и авторитарноста. На тој начин вработените стануваат „сојузници“, а управувањето станува - чувство на заедништво преку кое се постигнуваат големи цели.

4. ЗАКЛУЧОК

Менаџерот врши влијание преку стилот на менаџирање врз другите членови во организацијата. Сложеноста, (според истражувањата на неколку истражувачи W.Heman, E Warren A. Gill, во 1987 год.) произлегува од четири димензии: (1) фазите на менаџерскиот процес (планирање, организирање, раководење и контролирање); (2) развојот на мислата за управување во која се инкорпорирани најважните насоки и пристапи на менаџментот; (3) екстерните влијанија од опкружувањето, како што се општествените притисоци, стратегиите од конкуренцијата и од потребите на потрошувачите, политичките влијанија; (4) интерните влијанија како што се корпоративното однесување, културата, информирањето, меѓучовечките односи, личните вредности и др. Притоа, се поаѓа од принципот на релативност во работењето. Успешноста и ефективноста зависат од повеќе ситуационски фактори и чинители. Овие ситуационски фактори ги детерминираат видовите на активности и начинот на влијание кое го врши менаџерот на другите вработени. Ситуационските варијабли во управувањето се многубројни и многу значајни, зависат од конкретните ситуации во кои организацијата се наоѓа, тоа се индикатори за карактеристиките на организациските единици, за Интер акцискиот односот меѓу менаџерите и другите вработени и начинот на кој се управува, различни се во различни ситуации.

Во зависност од меѓусебните односи во организацијата, формалната моќ на менаџерот, корелацијата меѓу ефективноста во организацијата и стилот на управување, глобално се користат директни и индиректни стилови, детерминирани од конкретната ситуација. Имено, во многу (погодни и непогодни) ситуации, директниот стил е најефикасен, а во ситуации со степен на „средна,“ сложеност, неиндиректното управување е многу поуспешно. Конфликтните ситуации окарактеризирани како „многу,“ непогодни начини на интеракција, се менаџираат со директни методи кои во многу ретки случаи водат кон создавање на конфликтно партнерство. Оттука се јавува потребата од диверсификација на стиловите на менаџирање кои треба да водат кон интеракција на квалитетни интергрупни односи. Со тоа се создава визија која пак, дава работна енергија во која се вклучени сите вработени, организацијата се движи кон остварување на организациските цели, кои пак, треба да бидат јасни и јасно формулирани. Конфликтното партнерство иницира (влијае) промена во личната, индивидуална осетливост, лојалноста, одговорноста и кооперативноста. , затоа што заедничка цел е преку заедничкото работење да се подобруваат односите и менаџерите успешно да се справуваат со разликите. Интеракцијата тогаш се трансформира во партнерство со кое се воспоставува „ние,“ врска, а не „јас наспроти ти,“. Ова води кон задоволување на потребите на целината, кон реализација на заедничките цели. Тогаш конфликтот е корисен за сите, од него се извлечени позитивни вредности, ја подобрува целината на врската. Ова треба да го знае секој менаџер и на овој начин, градејќи го овој партнерски однос и почнувајќи токму од разрешувањето на конфликтните ситуации, да воспостави здрави, меѓучовечки односи во кои има соработка, во организацијата. Потребно е да се развие и разбере однос меѓу конфликтните партнери и стиловите на управување.

Во овој контекст, како препорака е потребата од идно, доминантно продлабочување преку исражување и испитување на односот на перформансите кои го чинат конфликтното партнерство и нивоата на диверсификација или типовите на диверсификација, во стиловите на менаџирање.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Janijevic N. Korporativna transformacija, Beograd, 1994.
- [2] Bozinov M.J, M.Zivkovic, T.Cvetkovski, Organizacisko ponasanje, Megatrend Univerzitet Primenjenih nauka, Beograd, 2003
- [3] Францеско, Мирјана, Како унапредити менаџмент у предузецу-психологија и менаџмент, Прометеј, Нови Сад, 2003
- [4] Sofijanova E. Menadzerskite I socioloskite aspekti na diversifikacijata vo stilovite na menadziranje, determinirani spored nacinot na razresuvanje na konfliktnite situacii, neobjavena doktorska disertacija, Univerzitet „Kiril I Metodij,“ Institut za socioloski I politicko – pravni istrazuvanja, Skopje, 2007
- [5] Francesko M. Socijalno – Psiholoski cinoci stila rukovodenja u preduzeku, Doktorska disertacija, Univerzitet Novi Sad, 2000
- [6] Hambleton, Blanshard, Hersez, Contracting for Lidership Stzle, San Francisco, 1978
- [7] KraleV Todor, Osnovi na menadzmentot - tretto izdanie, Centar za internacionalen menadzment, Skopje, 2001

- [8] Laurie J. Mullins, Management and organizational behaviour, Fifth edition, Financial Times, 1999
- [9] Paul Hersey, Kenneth H. Blanchard, Management of Organizational Behavior-Utilizing Human Resources, Fifth Edition, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1988

THE NEW INTERNATIONAL CHAMBERS OF THE PARIS COURTS – INNOVATIVE WAY FOR RESOLUTION OF COMMERCIAL DISPUTES

Ljuben KocevSs. Cyril and Methodius University, Faculty of Economics – Skopje, Macedonia,
ljuben.kocev@eccf.ukim.edu.mk

Abstract: The process of the withdrawal of the United Kingdom from the European Union has been discussed predominantly from a political and economic point of view. However, the consequences are more far reaching. With UK on the doorstep of leaving the EU, the decisions issued by its courts would no longer benefit from the recognition system provided in the Brussels Regulation (Council Regulation (EC) No. 44/2001). As a result of this, it is expected that London would no longer be seen as a primary destination for international litigants.

In the awaiting of the aftermath from the Brexit, other cities and member state countries of the EU have started the race to position themselves as the next “legal hub”. While other member states have been vocal about offering alternative courts, so far France has been at the forefront of this initiative. On 7 February 2018 two Protocols were signed by the French Minister of Justice, the President of the Paris Bar, and the presidents of the Paris Court of Appeal and the Paris Commercial Court. With the first protocol amendments were made to the already existing International Chamber within the Paris Commercial Court, whereas with the second Protocol a new International Chamber has been created within the Paris Court of Appeal. The aim of the creation of these international divisions within the Paris Court is to create an attractive jurisdictional system which would meet the expectations of the economic actors. Paris has already been one of the most important world centers for dispute resolution as a result of the work of the International Chamber of Commerce and its work in the field of Alternative Dispute Resolution (ADR). However, with this initiative Paris has an opportunity to further strengthen its attractiveness.

The adoption of the two Protocols is a groundbreaking move which sets forth innovative rules of procedure, incorporating unique approaches in the field of international commercial litigation. The rules of procedure contain an increased level of flexibility offering the parties a chance for litigations with great similarity to arbitration. Most notably, the new Protocols provide for the usage of English as language in the course of the proceedings, adapted procedure which should better suit the need of the parties, focus on oral testimonies instead of written witness and expert submissions, possibility for cross – examination, broader scope of tools for securing evidence, such as requests for document production, as well as the possibility of non- French lawyers to appear in front of the Courts. The aim of this article is to provide an insight in the new structure of the International Chambers by reviewing the novelties in the two new Protocols. The article reflects on similar initiatives which have been undertaken in other EU members and countries worldwide, and whether this can be the starting point for more drastic and revolutionary reforms in the traditional litigation system.

Keywords: Specialized commercial courts, Commercial law, International Commercial Chambers, Dispute resolution.

1. INTRODUCTION

The announcement of the United Kingdom (hereafter UK) for its withdrawal from the European Union (hereafter EU) after the referendum held in June 2016 has made a tectonic impact on the devolvement of the EU. While it becomes more evident that the decision is final as the negotiations for the terms of the withdrawal of the UK from the EU are already in full speed, other EU member states are preparing for what comes after Brexit. Although the main discussions are predominantly focused on the geopolitical and the economic effects which the process will have on the EU, the effects on the legal system should not be undermined.

For many years, London has been the one of the most significant places for commercial dispute resolution. Without undermining the significance of London in the field of international commercial arbitration, undoubtedly its largest success is in the field of commercial litigation. In 2016 in the UK the market of commercial litigation services amounted to a total of 16 billion euros.⁶⁸ There are number of reasons why London has been considered as a first choice of international litigants: historical importance in maritime and commodity trade, presence of important trade institutions such as the Grain and Feed Trade Association (GAFTA) and the International Steel Trade

⁶⁸ Knoll-Tudor, I. (2018). Specialised Chambers for International Commercial Disputes: Paris in the Spotlight - Kluwer Arbitration Blog. Retrieved from <http://arbitrationblog.kluwerarbitration.com/2018/02/14/specialised-chambers-international-commercial-disputes-paris-spotlight/>.

Association (ISTA) among others. However, probably the most significant factors why London has enjoyed such status for cross-border disputes compared with other major cities within the EU is the use of English in the proceedings as default language, and the fact that the judicial awards enjoy the benefits for mutual recognition within the EU. Nowadays most international commercial contracts are drafted in English, and the English language dominates in the business world. Consequently it is more logical and cost efficient for the parties to submit their dispute to an English speaking forum, than to have to submit it in state court where everything would have to be translated in the language of the court. According to statistics the Commercial Court of London has roughly 1.000 procedures per year, out of which in 80% at least one party is foreign, and in at least 50% of the cases both parties are foreign.⁶⁹ However with the prospect of Brexit, the UK decisions will no longer be able to benefit from the recognition system provided in the Brussels Regulation (Council Regulation (EC) No. 44/2001). In this day and age, the system of mutual recognition of awards is of extreme importance since most of the companies are international and conduct their business in several countries, but even more important – they have assets in all countries in which they operate. The fact that litigants would no longer enjoy the simplified procedure within the EU and would be obliged to go through the process of exequatur, is a factor which might deter them to submit their future dispute to a UK based court. This would make the process of enforcement of awards not only lengthier but also more expensive, which leaves the possibility that international litigants would seek other options in order to be able to freely enforce the decisions within the EU.

This has prompted a race among member- states to optimize their judicial systems to be able to handle international commercial cases. While such initiatives have been undertaken in several cities such as Amsterdam, Frankfurt and Brussels, so far Paris has been at the forefront of the imitative taking concrete steps. On 7 March 2017 the French minister of Justice requested from a special committee - Haut comité juridique de la place financière de Paris (hereafter HCJP) to propose suggestions for establishment of a special court which would attract commercial parties to submit their disputes and would promote Paris as favorable destination for international litigants. On 3 May 2017 the HCJP issued a report which contained 41 suggestions for reforms within the existing courts.⁷⁰

Based on the suggestions from the HCJP, on 7 February 2018 two new Protocols were signed by the French Minister of Justice, the President of the Paris Bar, and the presidents of the Paris Court of Appeal and the Paris Commercial Court. With the Protocol relating to the procedure before the International Chamber of the Paris Commercial Court⁷¹ (hereafter Protocol 1) amendments were made to the already existing International Chamber within the Paris Commercial Court, whereas with the Protocol relating to the procedure before the International Chamber of the Paris Court of Appeal⁷² (hereafter Protocol 2) a new International Chamber has been created within the Paris Court of Appeal. The date of entry into force for both Protocols is 1 March 2018.

2. WHAT ARE THE CHARACTERISTICS OF THE NEW INTERNATIONAL CHAMBERS?

Protocol 1 alters the already existing International Chamber within the Paris Commercial Court (hereafter ICAP). Initially, this Chamber was created in 1995, however the applicable procedural rules did not attract a satisfactory number of litigants. In 2015, this chamber merged with the Chamber of European Union Law which was established in 1997.⁷³ With the amendments, the International Chamber is composed of 10 judges all of which

⁶⁹ Weller, M. (2018). The Justice Initiative Frankfurt am Main 2017. Retrieved from <http://conflictoflaws.net/2017/the-justice-initiative-frankfurt-am-main-2017-law-made-in-frankfurt/>.

⁷⁰ The complete text of the Report is available in French at: http://www.justice.gouv.fr/publication/Rapport_chambres_internationales.pdf.

⁷¹ Protocol relating to the procedure before the International Chamber of the Paris Commercial Court, Original - Protocole relatif à la procédure devant la chambre internationale du tribunal du commerce de Paris, available at: http://www.avocatparis.org/system/files/editos/protocoles_signes_creation_jurisdiction_commerciale_internationale_2.pdf, English (unofficial) translation available at: https://www.shearman.com/-/media/Files/Perspectives/2018/04/Protocol_relating_to_the_procedure_before_the_International_Chamber_of_the_Paris_Commercial_Court.pdf?la=en&hash=BEE7E9D9833EC33B9DADCFA576972DE8791EA49E.

⁷² Protocol relating to the procedure before the International Chamber of the Paris Court of Appeal, Original - Protocole relatif à la procédure devant la Chambre Internationale de la cour d'appel de Paris, available at: http://www.avocatparis.org/system/files/editos/protocoles_signes_creation_jurisdiction_commerciale_internationale_1.pdf, English (unofficial) translation available at: https://www.shearman.com/-/media/Files/Perspectives/2018/04/Protocol_relating_to_the_procedure_before_the_International_Chamber_of_the_Paris_Court_of_Appeal.pdf?la=en&hash=8539B15BCD02C6140DF2FDE5212C1B364FBCC1F4.

⁷³ Protocol 1, Preamble.

possess working knowledge in English. The Chamber is specialized in the resolution of economic and commercial disputes with international character, and beside French law, the judges have the power to apply any other rules of foreign law to the merits of the case.⁷⁴ In particular the ICAP has jurisdiction over disputes related to: commercial contracts and commercial relationships, transport, unfair competition, actions for damages arising from anticompetitive practices as well as disputes related to financial instruments and financial contracts.⁷⁵

Protocol 2 establishes the International Chamber of the Paris Court of Appeal (hereafter CICAP) which is a creation of a new chamber within the Paris Court of Appeal. Unlike Protocol 1, Protocol 2 does not contain a number of judges which would operate within the CICAP, however according to a report the Chamber would be composed of three judges which if necessary, would undergo additional training program both for technical and linguistic aspects.⁷⁶ In regard to the subject matter, the CICAP serves as an appellate body against decisions rendered by the ICAP, and has jurisdiction in international disputes of commercial and economic nature, as well as actions against awards rendered in international arbitration.⁷⁷

Aside from the number of judges and the wider scope of disputes which fall within the jurisdiction of the CICAP, the majority of provisions in both Protocols overlap. The particularities of the Protocols are subject to review in continuation of the text.

Use of English in the proceedings - Probably the greatest novelty in the Protocols is allowing the usage of English, and to a limited extent the usage of other languages. At the outset it is important to be noted that in France there is an obligation for the use of French in the domestic courtrooms stemming from the ordinances of Villers - Cotterêts from 1539.⁷⁸ As a result of this, all procedural documents in judicial proceedings, such as written submissions and procedural orders have to be drafted in French. However, the Protocols allow for use of English in a wide variety of situations. If the parties wish so, all exhibits can be submitted in English without the need for translation.⁷⁹ In particular the parties, their witnesses, experts, as well as the counsels of the parties when are foreign, are allowed to express themselves in English before the court.⁸⁰ If they do not speak English or wish to express themselves in other foreign language, such as their mother language, a simultaneous translation would be carried out by an interpreter which would be chosen by the parties.⁸¹ Taking into consideration the fact that the procedures before the International Chambers are oral⁸², which itself is a novelty and variation from the traditional “written proceedings” used in France, it means that the major part of the proceedings can be conducted in English. Beside the fact that this gives the parties broad discretion in the use of English, it also drastically saves costs when it comes to submitting official and sworn in translations of documents as evidence. Finally, although judgments by the Chambers have to be drafted in French, they will be accompanied by a sworn translation in English.⁸³

Adapted procedure – Both Protocols provide for an adapted procedure which is more flexible in comparison with traditional judicial case management. The judges have the power to define a procedural calendar in coordination with the parties. The calendar should include the dates for submission of documents, hearing of witness and expert testimonies, hearings of counsels and closing statements, as well date on which the decision should be rendered.⁸⁴ These calendars are similar to procedural timetables which are common in international commercial arbitration. The aim of this provision is to provide a strict calendar to which the parties must abide by, and ultimately have a final decision in much shorter period. An important novelty in the proceedings which would be conducted in front of the CICAP is the availability of a procedural judge (conseiller de la mise en état). The

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Ibid, Article 1.

⁷⁶ Gaillard, E., & Banifatemi, Y. (2018). The International Chambers of the Paris Courts and Their Innovative Rules of Procedure. Retrieved from <https://www.shearman.com/perspectives/2018/04/paris-courts-and-their-innovative-rules-of-procedure>.

⁷⁷ Protocol 1, Article 1.

⁷⁸ Métais, P., & Valette, E. (2018). Paris as an international jurisdiction: creation of chambers specialized in cross-border disputes White & Case LLP International Law Firm, Global Law Practice. Retrieved from <https://www.whitecase.com/publications/alert/paris-international-jurisdiction-creation-chambers-specialized-cross-border>.

⁷⁹ Protocol 1, Article 2 & Protocol 2, Article 2.

⁸⁰ Ibid.

⁸¹ Protocol 1, Article 6 & Protocol 2, Article 3.

⁸² Protocol 1, Article 2.1.

⁸³ Protocol 1, Article 7 & Protocol 2, Article 7.

⁸⁴ Protocol 1, Article 3.

procedural judge is in charge of coordinating pre-trial matters such as: holding a preliminary hearing on the judicial administration of the taking of evidence, hearing in preparation for the trial, as well as determining the procedural calendar.⁸⁵ Compared to traditional judicial system where usually number of years are necessary for decision to be rendered, not into account the appeal process, in the specialized chambers the procedures would be streamlined, and the time would be rigorously managed. The final decision is expected to be rendered within a period of 6 months of the first case management hearing.⁸⁶

Introduction of common law concepts - Additionally, the Protocols encompass a number of features which are not common for traditional civil law countries but are typical for common law systems, such as the UK. One of them is the emphasis on oral submissions in the procedure instead of the written documents-based approach. Usually in civil law systems the hearings are very short, time extensions are easily granted, and the counsels have limited time for oral arguments. The communication between the parties and the judge is typically with exchange of written submissions, and the evidence such as witness statements and expert statements are in written form. Contrary, the Protocols favor testimonial approach for evidence where witnesses and experts can be called to testify and answer questions. This means that the hearings would be longer, more detailed and the parties would not have time constrains to plead their case. In line with this novelty, the parties and their counsels have power to pose questions to the other party, to the experts and to the witnesses. Unlike traditional settings in civil law traditions, where the judge is the only one who has to power to interrogate the parties and the witnesses, the Protocols provide that witnesses can be “invited by the judge to respond to the questions that the parties wish to ask.”⁸⁷ Traditionally, cross-examination as a method for witness interrogation exists in civil law systems only in criminal law procedures. The fixed procedural calendar, which should provide for shorter deadlines for period between hearings and submissions along with the more detailed oral hearings serve as methods for achieving procedural economy – making the whole process more compact and streamlined.

Another novelty within the Protocols is the possibility for documents production which undoubtedly has its roots from the common law. The Protocols explicitly grant the power to the parties or to the judges to request documents which are held or in possession of the opposing party, or a third party.⁸⁸ There is an argument that this provision might be interpreted more extensively by the judges, as to include a broad style of documents production similar to discovery,⁸⁹ however this remains to be seen in the future cases where this issue will arise.

Qualified judges – As already noted above, there will be permanent judges sitting in the International Chambers. The ICAP would be composed of 10 judges whereas the CICAP will have 3 judges. The judges should have experience in dealing with commercial, economic and financial disputes, and should possess a working knowledge in English. Additionally, the judges should be able apply to the merits of the case not only French law, but also any other foreign law or rules of law which might be applicable to the case. In order to be able to produce satisfying results the judges would have ongoing trainings and qualifications. However, when a certain complex case requires specific knowledge in other areas such as competition law or intellectual property rights, which would fall out of the subject matter of the International Chambers as defined in Article 1, the judges would be able to ask for assistance from other judges from those specialized chambers.⁹⁰

Participation of foreign lawyers - The possibility to have foreign lawyers appear in front of the judges in the International Chambers is another novelty provided in the Protocols. Traditionally foreign lawyers are able to represent clients in front of the state courts, only if they are also admitted to a bar association within the jurisdiction of the court. Although there are lawyers which are admitted to several bars and consequently are able to practice law in several jurisdictions – this is really an exception, not the general rule. Contrary to this, in arbitration the parties are free to choose to be represented by whoever they deem fit, regardless of whether the counsel is submitted to one or several bar associations. The Protocols take an innovative approach which allow for participation of foreign

⁸⁵ Protocol 2, Article 4.

⁸⁶ Fairgrieve, D., & Le Tutour, S. (2018). Doors open for First Hearing of International Chamber at Paris Court of Appeal. Retrieved from <http://conflictoflaws.net/2018/doors-open-for-first-hearing-of-international-chamber-at-paris-court-of-appeal/>.

⁸⁷ Protocol 1, Article 4.4.4 & Protocol 2, Article 5.4.4.

⁸⁸ Protocol 1, Article 4.1 & Protocol 2, Article 5.1.

⁸⁹ Fairgrieve, D., & Le Tutour, S. (2018). Doors open for First Hearing of International Chamber at Paris Court of Appeal. Retrieved from <http://conflictoflaws.net/2018/doors-open-for-first-hearing-of-international-chamber-at-paris-court-of-appeal/>.

⁹⁰ Protocol 1, Preamble.

lawyers but not without limitation. Namely, foreign lawyers would be able to appear before the International Chambers, as long as they are accompanied by a lawyer who is admitted to the Paris Bar.⁹¹

The accepted approach within the Protocols is somewhere in between in the range of strict rules of representation in litigation and the completely liberal regime in arbitration.

3. CONCLUSION

As it is becoming more evident that the UK is leaving the EU, the race for the creation of modernized commercial courts among other EU members which would challenge the supremacy of the English courts is in full speed. The aim of the reform undertaken within the French judicial system is to promote Paris as the next “legal hub” within the EU, and to attract parties which might be deterred from choosing London in the future. The acceptance of concepts from the common law tradition is a clear signal that the primary goal is to accommodate the needs of international litigants. Paris has already been established as a major center for international commercial disputes. The presence of the International Commercial Chamber (ICC), which is headquartered in Paris has had a major impact in establishing Paris as the primary choice for international commercial arbitration. In addition, the only hearing facility of the International Center for Settlement of Investment Disputes (ICSID), outside from Washington is in Paris, which makes Paris a prominent place for international investment arbitration as well. The French government has been making efforts to increase Paris’s competition with other major centers such as London, Geneva and Frankfurt even before the Protocols, most notably with the enactment of a pro-arbitration law in 2011 which made the country one of the most arbitration – friendly jurisdictions. The same result is expected with the International Chambers.

The undertaken reform can have impact on two levels: national and international. On international scale other countries have initiated similar initiatives trying to reform their judicial procedures as to accommodate international commercial parties. Frankfurt has already taken similar steps⁹² in Amsterdam and the Netherlands a draft legislation has been proposed,⁹³ and in Zurich evaluations about establishing International Chambers are being made.⁹⁴ If the operation of the International Chambers proves successful, it is expected that similar chambers and specialized courts would be open in other countries and cities within the EU. The establishment of the ICAP and the reformation within the ICAP might prove the initial action which might trigger a chain of events that might lead to revolution in the judicial procedures. Looking at national level, the countries that have already undertaken initiatives might decide to establish similar chambers and specialized courts in other cities if the chambers within the major cities prove effective. Cities such as Rotterdam, Marseilles and Hamburg are just a few cities which have high concentration on disputes related to maritime law and might benefit from similar chambers.

It is important to be noted that the initiatives for establishment of specialized chambers and courts are groundbreaking within the EU, but similar initiatives have already been undertaken in other states in the world. Dubai, Qatar, and Singapore have already created new courts with the aim of attracting international commercial disputes. The Dubai International Financial Center (DIFC) is the oldest specialized court, established in 2004, which operates successfully having decided 217 disputes in 2016 alone, the Qatar International Court and Dispute Resolution Center (QICDRC), which was established in 2009 in Doha, rendered 38 decisions between 2009 and 2017, and the Singapore International Commercial Court (SICC), which is the most recently established in 2015, so far has heard 9 cases.⁹⁵ The statistics point out that the operation of the specialized courts becomes more attractive over longer period of time.

⁹¹ Fairgrieve, D., & Le Tutour, S. (2018). Doors open for First Hearing of International Chamber at Paris Court of Appeal. Retrieved from <http://conflictoflaws.net/2018/doors-open-for-first-hearing-of-international-chamber-at-paris-court-of-appeal/>.

⁹² More on this Weller, M. (2018). The Justice Initiative Frankfurt am Main 2017. Retrieved from <http://conflictoflaws.net/2017/the-justice-initiative-frankfurt-am-main-2017-law-made-in-frankfurt/>.

⁹³ Henke, F. (2018). Netherlands Commercial Court: English proceedings in The Netherlands. Retrieved from <http://conflictoflaws.net/2018/netherlands-commercial-court-english-proceedings-in-the-netherlands/>.

⁹⁴ Matic, N. (2018). In The Pipeline: Zurich International Commercial Court - International Law - Switzerland. Retrieved from <http://www.mondaq.com/x/745118/international+trade+investment/In+The+Pipeline+Zurich+International+Commercial+Court>.

⁹⁵ Gaillard, E., & Banifatemi, Y. (2018). The International Chambers of the Paris Courts and Their Innovative Rules of Procedure. Retrieved from <https://www.shearman.com/perspectives/2018/04/paris-courts-and-their-innovative-rules-of-procedure>.

Weighing in on the prospects of success of the Specialized Chambers we believe that there are two factors which go in their favor. Primary, it is the fact that such institutions already exist and have managed to establish themselves and operate with success in countries like Singapore where arbitration is very prominent, if not dominant compared to litigation, but also in countries that in the past have not been considered as attractive destination for dispute resolution such as Dubai and Qatar. Additionally, due to the existence of these institutions, international parties are already familiar with the concept of being able to litigate under flexible rules similar to arbitration, so the process of adaptation and familiarization should be short. Secondly, and most importantly the initiatives are triggered by the prospects of Brexit, which means that the countries are making institutional preparation to accommodate international litigants which favored London but would no longer be able to take advantage of the benefits of the EU regulations. In any case, the success of the international chambers and specialized courts would depend on the approach taken by the judges and the emerging case law which would reflect on the operation of the institutions. For this reason, the first cases which will be accepted by the chambers would have to throw the hardest punch, projecting trust and reliability.

REFERENCES

Articles

- [1] Fairgrieve, D., & Le Tutour, S. (2018). Doors open for First Hearing of International Chamber at Paris Court of Appeal. Retrieved from <http://conflictoflaws.net/2018/doors-open-for-first-hearing-of-international-chamber-at-paris-court-of-appeal/>.
 - [2] Gaillard, E., & Banifatemi, Y. (2018). The International Chambers of the Paris Courts and Their Innovative Rules of Procedure. Retrieved from <https://www.shearman.com/perspectives/2018/04/paris-courts-and-their-innovative-rules-of-procedure>.
 - [3] Henke, F. (2018). Netherlands Commercial Court: English proceedings in The Netherlands. Retrieved from <http://conflictoflaws.net/2018/netherlands-commercial-court-english-proceedings-in-the-netherlands/>.
 - [4] Knoll-Tudor, I. (2018). Specialised Chambers for International Commercial Disputes: Paris in the Spotlight - Kluwer Arbitration Blog. Retrieved from <http://arbitrationblog.kluwerarbitration.com/2018/02/14/specialised-chambers-international-commercial-disputes-paris-spotlight/>.
 - [5] Matic, N. (2018). In The Pipeline: Zurich International Commercial Court - International Law - Switzerland. Retrieved from <http://www.mondaq.com/x/745118/international+trade+investment/In+The+Pipeline+Zurich+International+Commercial+Court>.
 - [6] Métais, P., & Valette, E. (2018). Paris as an international jurisdiction: creation of chambers specialized in cross-border disputes White & Case LLP International Law Firm, Global Law Practice. Retrieved from <https://www.whitecase.com/publications/alert/paris-international-jurisdiction-creation-chambers-specialized-cross-border>.
 - [7] Weller, M. (2018). The Justice Initiative Frankfurt am Main 2017. Retrieved from <http://conflictoflaws.net/2017/the-justice-initiative-frankfurt-am-main-2017-law-made-in-frankfurt/>.
- Legal texts
- [8] Protocol relating to the procedure before the International Chamber of the Paris Commercial Court, Original - Protocole relatif à la procédure devant la chambre internationale du tribunal du commerce de Paris, available at: http://www.avocatparis.org/system/files/editos/protocoles_signes_creation_jurisdiction_commerciale_internationale_2.pdf, English (unofficial) translation available at: https://www.shearman.com/-/media/Files/Perspectives/2018/04/Protocol_relating_to_the_procedure_before_the_International_Chamber_of_the_Paris_Commercial_Court.pdf?la=en&hash=BEE7E9D9833EC33B9DADCFA576972DE8791EA49E.
 - [9] Protocol relating to the procedure before the International Chamber of the Paris Court of Appeal, Original - Protocole relatif à la procédure devant la Chambre Internationale de la cour d'appel de Paris, available at: http://www.avocatparis.org/system/files/editos/protocoles_signes_creation_jurisdiction_commerciale_internationale_1.pdf, English (unofficial) translation available at: https://www.shearman.com/-/media/Files/Perspectives/2018/04/Protocol_relating_to_the_procedure_before_the_International_Chamber_of_the_Paris_Court_of_Appeal.pdf?la=en&hash=8539B15BCD02C6140DF2FDE5212C1B364FBCC1F4.
 - [10] Report of the Haut comité juridique de la place financière de Paris, available at: http://www.justice.gouv.fr/publication/Rapport_chambres_internationales.pdf.

INDUSTRIAL RELATIONS, POLITICAL DEMOCRACY AND MARKET ECONOMY

Krume Nikoloski

Faculty of Economics, Goce Delcev University, Stip, Macedonia, krume.nikoloski@ugd.edu.mk

Vlatko Paceskoski

Faculty of Economics, Goce Delcev University, Stip, Macedonia, vlatko.paceskoski@ugd.edu.mk

Abstract: Industrial relations as a system in economic and social relations transfer those principles that are practiced in a market economy and political democracy. Political democracy, market economy and industrial relations are inseparable. None of these three systems can achieve its real goals if the other two systems fail to achieve theirs. Simply, but also complex, there can be no political democracy and a market economy if there is no efficient and functional system of industrial relations.

Keywords: Industrial relations, political democracy, market economy, system

**ИНДУСТРИСКИТЕ ОДНОСИ, ПОЛИТИЧКАТА ДЕМОКРАТИЈА И
ПАЗАРНАТА ЕКОНОМИЈА**

Круме Николоски

Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, krume.nikoloski@ugd.edu.mk

Влатко Пачешкоски

Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, vlatko.paceskoski@ugd.edu.mk

Апстракт: Индустриските односи како систем во економски и општествени односи ги пренесуваат оние принципи кои се практикуваат во пазарната економија и политичката демократија. Политичката демократија, пазарна економија и индустриските односи се неделиви. Ниту еден од овие три системи не може да ги постигне своите вистински цели ако другите два системи не ги постигнуваат своите цели. Едноставно, но и комплексно, не може да има политичка демократија и пазарна економија доколку не постои ефикасен и функционален систем на индустриски односи.

Клучни зборови: Индустриски односи, политичка демократија, пазарна економија, систем

1. ВОВЕД

Индустриските односи се составен дел на модерниот социјално економски систем. Тие како систем во економски и општествени односи ги пренесуваат оние принципи кои се практикуваат во пазарната економија и политичката демократија и особено, тоа се принципите на слободата, плурализмот и вклученоста на работниците и работодавачите при одлучувањето за прашања кои директно ги засегаат.

Во услови на пазарна економија дејствуваат различни субјекти со различни економски интереси, различни корелации и односи. Состојбите на конфликти, спорови и недоразбирања се решаваат и регулираат по пат на законодавно право од областа на работните и осигурителни односи. Во законот се поставени општите правила на кои сите субјекти треба да се придржуваат и да подлежат под закана за санкција, но тоа често е воопштено, односно се случува на мнозинство правата да им бидат скратени. Од аспект на политичката демократија, владата раководејќи се со идеите на либералниот капитализам во најмала можна мерка ги регулира бизнис условите (каде што може не се меша туку остава самиот бизнис да ги реши спорните ситуации). Во однос на индустриските спорови и нивно решавање државата треба да создаде систем на индустриски односи, особено во појавата на работничките конфликти. Во однос на ова работничките конфликти се основна причина за појавата на индустриски односи. Индустрискиот напредок е невозможен без соработка на работните и хармонични односи. Факт е, не може да има ефективен систем на индустриски односи ако нема политичка демократија и пазарна економија. Истовремено со тоа тие придонесуваат за развојот на политичката демократија од аспект на привлекување на работниците, директно или преку нивните организации, во активностите за развој и / или спроведувањето на економската и на социјалната политика, како и при одлучувањето за прашања кои ги засегаат непосредно.

2. ИНДУСТРИСКИТЕ ОДНОСИ, ПОЛИТИЧКАТА ДЕМОКРАТИЈА И ПАЗАРНАТА ЕКОНОМИЈА

Светската практика покажува дека политичката демократија, пазарна економија и индустриските односи се меѓусебно поврзани. Ниту еден од овие три системи не може да ги постигне своите вистински цели доколку другите два системи не ги постигнуваат своите цели.

На ниво на фирма или организација на поделба на работните процеси на функции кои содржат сродни активности присутен е во сите теории за менаџмент, без разлика на тоа со кое име се означува функцијата на управување и раководење. Ваквите работни активности се поврзани со управување на работните и осигурителни односи. Тие се процесот на соработување со вработените кои ги претставува синдикатот. Организациите најчесто претпочитаат нивните вработени да не се здржуваат во синдикати бидејќи синдикатите ја ограничуваат слободата на управување што е тотално спротивно на конвенциите и препораките на Меѓународната организација на трудот. Затоа целта на колективното договарање е да постигне подеднаков успешен работен договор и за управувањето и за синдикатот. Договорот содржи согласност за прашања како што се платите, часовите, условите за вработување, унапредувањата, отпуштањата, дисциплинат, надоместоците, одмор прекувремена работа и друго. Парадоксот во Република Македонија е што во приватните и странските фирми непостои синдикално зджување, а уште повеќе што овие фирми не се законски образни да го исполнат правото на работниците да си ги заштитат своите интереси. И затоа, се врши класична експлоатација на работничката класа. Зошто? Затоа што нема систем на индустриски односи и работните конфликти меѓу менаџментот и ангажираните работници во индустриските фирми се решаваат во судовите, односно не се решаваат. Во случајов не постои ни законско решение за уредување на индустриските спорови и конфликти.

Потенцирам, индустриските односи, пазарната економија и политичката демократија се три главни столба на современиот општествен поредок, на современиот општествен, политички, економски и социјална систем. Навистина современите индустриски односи се резултат од развојот на политичката демократија и се незамисливи без неа. Во исто време, сепак, тие можат да се разгледуваат и како еден од факторите кој го ограничуваат полето на политичката демократија, бидејќи при договор меѓу субјектите за одредени прашања и проблеми кои се предмет на дискусија во системот на индустриски односи секогаш, се "прави реверанс" на одредени групни интереси. Ова може да се случи само за сметка на други групни интереси, а понекогаш и за сметка на општите национални интереси. Оваа контрадикција или противречност меѓу индустриските односи и политичката демократија обично, како што ни покажува светската практика, не доведува до сериозни прашања и проблеми во јавниот, политичкиот, економскиот и социјалниот систем на релевантните субјекти.

Се смета за природна потреба и компромис неопходен за зачувување на социјалната стабилност во секоја земјата. На сето ова неопходно е да се додаде доминантно разбирање дека доколку учеството на работниците и работодавачите во донесувањето одлуки за прашања кои влијаат врз нив, тогаш многу ретко предизвикуваат проблеми за политичката демократија. Имено, ваквите проблеми неизбежно се јавуваат кога овие организации не учествуваат или не соодветно ги застапуваат интересите на работниците или интересите на работодавачите во тој процесот. Со други зборови, не може да има политичка демократија и пазарна економија доколку не постои ефикасен и функционален систем на индустриски односи.

Политичката демократија е зголемена во поголем број на развиени држави, така што човековите права достигнале ниво потребно за афирмација на поединецот и работниците и служителите. Со тоа променети се односите на работодавач - работник, со што е зголемена општествената одговорност и постигнувањето на заедничките цели во фирмата или организацијата. Во Македонија, односите работодавач – работник се максимално запоставени. Исто така, станува јасно дека покрај поединечните економски интереси, постојат и општи интереси, потоа и општествени и етичкото огнесување кои исто така неопходно е да се негуваат за да може општеството да напредува понатаму. Но, повторно сето ова не е случај со Македонија затоа што не постои интерес за создавање на структура на модерен индустриски односи. Имено, од структурна гледна точка модерните индустриски се разгледуваат и како: систем од принципи, правила, правни норми, институции, организации, барања, процедури, овластувања, инфраструктура и институционална рамка за спроведување на интеракцијата или взаимното дејство помеѓу учесниците во нив претставници на државни органи, организациите на работниците и организациите на работодавачите, како и односи помеѓу работниците, и работодавачите.

Владата, по пат на законска регулатива, ги поставува основните правила по кои би се согледала функционалноста на бизнисот, и истовремено да ги сакционира сите оние фирми кои не ги почитуваат истите правила. Во Македонија, државата нема создадена ниту механизам за контрола и почитување на

колективните договори од страна на бизнисот, односно фирмите. Нема механизам на контрола, нема механизам на санкција. Повторно, парадоксално е, што од една страна Владата на новите странски инвестиции им нуди услови на ниски даноци, ги субвенционира фирмите и на располагање има нуди и евина работна сила со цел да создаде повеќе работни места, но од друга страна, ги влошува условите за работа, платата е под нивото на достоинство, а вработените живеат на работ на сиромаштија, односно не можат да си ги задоволат елементарните човекови потреби. Недостасуваат информации за фирмите и нивната инвестиција во однос на работната сила и улогата на синдикатите, ниту пак работниците се информирани под кои услови ќе работат.

Основната цел на современите индустриски односи е да се постигне оптимална рамнотежа помеѓу економските и социјалните интереси на субјектите и нивните учесници, меѓу економските и социјалните императиви во разработката и спроведувањето на економските и /или социјалните политики, регулирањето на трудот, работните односи и социјалната сигурност, како и подигнување на животниот стандард на работниците и членовите на нивните семејства. Оваа рамнотежа, во секоја земја којашто ги практикува индустриските односи е предуслов за: зачувување на социјалниот мир, и постигнување на посакуваната социјална стабилност во земјата. Само на овој начин можеме да раговараме за цивилизирано и одговорно општество. Во овој контекст, клучни се вработените, односно работниците во различни форми на бизнис организација. Правата на вработените денес се од голема важност, заради: растењето на технолошкиот ризик, инвазијата на компјутерите, професионалците со различен степен на лојалност и заради мобилноста на вработените. Законските права на вработените се резултат на специфични закони или статuti усвоени од страна на одредена држава или локална власт. Со тоа вработените добиваат одредени законски права, какви што се еднаквите можности за вработување, колективните договори и безбедност на работното место. Во однос на правата и обврските на вработените тука се и договорните права и договорите за работа и друго. Клучните права на вработените се: да не бидат отпуштени без причина, право на еднаков третман и слобода на говор. Тука се и правата: на приватност на работно место и правото на здравје, интелектуална сопственост, арбитража и друго со цел да се избегне дискриминацијата по било кој однос.

Од една страна бизнис елитата на Владата гледа како на препрека, односно некој кој одолговлекува и неефикасно се однесува. А од друга страна бизнис елитата има свој лоби групи во телата на владата преку кои сакаат инастојуваат да ги реализираат нивните интереси. Функционалноста запира доколку и бизнис елитата се занимава со креирање на политика. Како и да е државата и бизнисот имаат спротиставени интереси, но сепак тие се меѓусебно поврзани во функционирањето на социјално-економскиот систем. Секогаш е запоставена улогата на синдикалните организации. Сепак, индустриските односи се тие кои овозможуваат правна рамка за реализирање на овие спротиставени интереси преку постигнување на компромис. Во однос на ова една од најконтроверзните интервенции на државата во бизнисот е директната регулација, која најчесто се согледува во контрола на природните монополи и негативните екстерналии и во реализација на социјалните цели кои Владата ги постигнува со правото на регулација.

Не постои контрадикција помеѓу индустриските односи и пазарната економија. Зошто? Затоа што постои заедничко разбирање дека индустриските односи се незамисливи без пазарна економија. Во исто време, сепак, главните последици на современите индустриски односи се јавуваат со државната интервенција во економската и социјалната сфера, обично под притисок на организациите на работниците и / или на работодавачите, кој треба да се прилагоди, на одреден начин и во одреден степен, дејството на пазарните сили во дадениот момент, на даденото место и при дадените услови, па да се неутрализираат социјалните негативи на економскиот развој и да се постигнат одредени економски и/или социјална и цели. Оваа контрадикторност меѓу принципите на пазарна економија и индустриските односи обично се смета за природна социјална корекција на невидливите пазарни сили кога пазарните механизми не успеваат и, истовремено, како важен услов и претпоставка за ефикасно функционирање на пазарната економија во современи услови.

3. ЗАКЛУЧОК

Потребно е, во Р. Македонија да се создадена систем на економски и општествени односи коишто ќе ги пренесуваат оние принципи и правила кои се практикуваат во пазарната економија и политичката демократија и особено, тоа се принципите на слободата, плурализмот и вклученоста на работниците и работодавачите при одлучувањето за прашања кои директно се поврзани со економските и социјалните проблеми. За да има политичка демократија и пазарна економија, тогаш треба постои ефикасен и функционален систем на индустриски односи. Се додека нема таков систем нема да има ниту политичка демократија и пазарна економија.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Befort, Stephen F, Budd, John W. (2009). *Invisible Hands, Invisible Objectives: Bringing Workplace Law and Public Policy into Focus*. Stanford, California: Stanford University Press.
- [2] Farnham, David (2008). "Beatrice and Sidney Webb and the Intellectual Origins of British Industrial Relations". *Employee Relations*.
- [3] Green, G.D. (1994). *Industrial Relations Text and Case Studies*. U.K: Pitman Publishing..
- [4] Kaufman, B.E. (2010). "The Theoretical Foundation of Industrial Relations and its Implications." *Industrial and Labour Relations Review*. Vol.64, Issue1, pp.73-108.
- [5] Kelly, J. (1998). *Rethinking Industrial Relations: Mobilization, Collectivism, and Long Waves*. London: Routledge.
- [6] Otobo, D. (2000). *Industrial Relations: Theory and Controversies*. Lagos: Malthouse Press Ltd.
- [7] Rose, E.D. (2008). *Employment Relations*. London: Pearson Education Ltd.
- [8] Salamon, M. (2000). *Industrial Relations Theory and Practice*. London: Pearson Education Ltd.
- [9] Whalen, Charles J., ed. (2008). *New Directions in the Study of Work and Employment: Revitalizing Industrial Relations as an Academic Enterprise*. Cheltenham, Eng.

CONCEPTS AND MODELS IN SOCIAL POLICY

Venelin Terziev

Full Member of the Russian Academy of Natural History,
 Professor, Eng., D.Sc. (National Security), D.Sc. (Economics), D.Sc. (Social Activities), Ph.D.,
 Russian Academy of Natural History, Moscow, Russia
 Vasil Levski National Military University, Veliko Tarnovo, Bulgaria
 University of Rousse, Rousse, Bulgaria terziev@skmat.com

Preslava Dimitrova

National Military University, Veliko Tarnovo, Bulgaria, preslavatrendafilova@gmail.com

Abstract: The social policy of a country is a set of specific activities aimed at regulating the social relations between different in their social status subjects. This approach to clarifying social policy is also called functional and essentially addresses social policy as an activity to regulate the relationship of equality or inequality in society. It provides an opportunity to look for inequalities in the economic positions of individuals in relation to ownership, labor and working conditions, distribution of income and consumption, social security and health, to look for the sources of these inequalities and their social justification or undue application.

The modern state takes on social functions that seek to regulate imbalances, to protect weak social positions and prevent the disintegration of the social system. It regulates the processes in society by harmonizing interests and opposing marginalization. Every modern country develops social activities that reflect the specifics of a particular society, correspond to its economic, political and cultural status. They are the result of political decisions aimed at directing and regulating the process of adaptation of the national society to the transformations of the market environment. Social policy is at the heart of the development and governance of each country. Despite the fact that too many factors and problems affect it, it largely determines the physical and mental state of the population as well as the relationships and interrelationships between people. On the other hand, social policy allows for a more global study and solving of vital social problems of civil society. On the basis of the programs and actions of political parties and state bodies, the guidelines for the development of society are outlined. Social policy should be seen as an activity to regulate the relationship of equality or inequality between different individuals and social groups in society. Its importance is determined by the possibility of establishing on the basis of the complex approach: the economic positions of the different social groups and individuals, by determining the differences between them in terms of income, consumption, working conditions, health, etc. ; to explain the causes of inequality; to look for concrete and specific measures to overcome the emerging social disparities.

Keywords: concepts, models, social policy.

КОНЦЕПЦИИ И МОДЕЛИ В СОЦИАЛНАТА ПОЛИТИКА

Венелин Терзиев

действителен член на Руската академия по естествознание, професор,
 доктор на икономическите науки, доктор на военните науки, доктор на науките Социални
 дейности, Русенски университет „Ангел Кънчев”, Русе, България
 Национален военен университет „Васил Левски”, Велико Търново, България
 Руска академия по естествознание, Москва, Русия, terziev@skmat.com

Преслава Димитрова

Национален военен университет „Васил Левски“ - Велико Търново, България,
preslavatrendafilova@gmail.com

Резюме: Социалната политика на дадена държава е съвкупност от специфични дейности, които целят да регулират социалните отношения между различни по своето социално положение субекти. Този подход към изясняването на социалната политика, разглежда социалната политика като дейност за регулиране на отношенията на равенство или неравенство в обществото. Той дава възможност да се търсят неравенства в икономическите позиции на индивидите във връзка със собствеността, труда и условията за труд,

разпределението на доходите и потреблението, социалното осигуряване и здравеопазването, да се търсят източниците за тези неравенства и тяхната социална оправданост или неоправданост.

Съвременната държава поема социални функции, чрез които се стреми да регулира дисбалансите, да защитава слабите социални позиции и да не позволява разпадането на обществената система. Тя регулира процесите в обществото, като хармонизира интересите и се противопоставя на маргинализацията. Всяка модерна държава развива социални дейности, които отразяват особеностите на конкретното общество, съответстват на неговото икономическо, политическо и културно състояние. Плод са на политически решения, целящи да насочват и регулират процеса на адаптация на националното общество към трансформациите на пазарната среда. Социалната политика стои в основата на развитието и управлението на всяка страна. Независимо от това, че върху нея оказват влияние твърде голям брой фактори и проблеми, то тя до голяма степен определя физическото и психичното състояние на населението, както и взаимоотношенията и взаимовръзките между хората. От друга страна, социалната политика дава възможност за по-глобално изучаване и решаване на жизнено важни социални проблеми на гражданското общество. На базата на програмите и действията на политическите партии и на държавните органи се очертават насоките за развитие на обществото. Социалната политика следва да се разглежда като дейност за регулиране на отношенията на равенство или неравенство между различните индивиди и социални групи в обществото. Нейното значение се определя от възможността на базата на комплексния подход да се установят: икономически позиции на различните социални групи и индивиди, като се определят различията между тях по отношение на доходи, потребление, условия на труд, здравеопазване и др; да се разкрият причините за неравенството; да се търсят конкретни и специфични мерки за преодоляване на възникналите социални различия.

Ключови думи: концепции, модели, социална политика.

ВЪВЕДЕНИЕ

Социалната политика стои в основата на развитието и управлението на всяка страна. Независимо от това, че върху нея оказват влияние твърде голям брой фактори и проблеми, то тя до голяма степен определя физическото и психично състояние на населението както и взаимоотношенията и взаимовръзките между хората. От друга страна социалната политика дава възможност за по-глобално изучаване и решаване на жизнено важни социални проблеми на гражданското общество. На базата на програмите и действията на политическите партии и на държавните органи се очертават насоките за развитие на обществото. Социалната политика следва да се разглежда като дейност за регулиране на отношенията на равенство или неравенство между различните индивиди и социални групи в обществото. Нейното значение се определя от възможността на базата на комплексния подход да се установят:

- икономически позиции на различните социални групи и индивиди, определяйки различията между тях по отношение на доходи, потребление, условия на труд, здравеопазване и др.;
- да се разкрият причините за неравенството;
- да се търсят конкретни и специфични мерки за преодоляване на възникналите социални различия.

В широк смисъл понятието социална политика може да се приеме като съвкупност от регулиращи въздействия на държавата и в частност на общините, които се провеждат с цел да се осигури равенство и справедливост в рамките на икономическите възможности и задоволяване на основните жизнено потребности на различните социални групи в обществото. Социалната политика се основава на правно-нормативни, икономически, психологични и др. механизми за въздействие, с оглед намаляване на социалното неравенство и за преодоляване на възникнали социални конфликти.

В тесен смисъл - понятието социална политика се разглежда като средство за защита на хората при вече възникнали неблагоприятни жизнено ситуации.

Доцент Душка Димова [1] определя социалната политика като съвкупна специфична дейност на правителствените и неправителствени органи и организации за регулиране на социалните отношения между различните по своето социално положение субекти. В това определение е залегнал функционалният подход, т.е социалната политика се разглежда като дейност за регулиране на отношенията на равенство в обществото. Дава се възможност за търсене на икономическите причини за неравенството на индивидите в тясна връзка със собствеността, труда, условията на труд, разпределението на доходите и потреблението, социалното неравенство и др. Социалната политика според доц. Душка Димова може да се разглежда в три аспекта:

- по отношение на обхванатите лица - социалната политика трябва да обхваща всички членове на обществото, а не само лицата в трудово наемни отношения;
- относно социалните отношения - социалната политика трябва да регулира всички отношения свързани с различията в социално-икономическото положение на хората;
- по отношение на субектите на социалната политика - такива са държавата и нейните специализирани органи, местните органи на държавната власт, производствените предприятия, фирмите, синдикатите, както и обществените и благотворителните организации.

Проф. Кръстьо Опров [2] дава следното определение – „Социалната политика е съвкупност от организационно-управленчески, правно-нормативни мерки, от ресурси и от преки дейности, насочени към разкриването и решаването на социалните проблеми в и на обществото.

КОНЦЕПЦИИ И МОДЕЛИ В СОЦИАЛНАТА ПОЛИТИКА [3-10]

Във всички епохи на човешката история и при всички обществено-икономически формации се търси идеалната социална държава. Поради този стремеж проблемът за справедливостта при съвместния обществен живот на хората и междучовешките образувания има водещо значение. Още в античния свят се търси отговор на въпроса „Как да се създаде идеалната държава?“, т.е. как да бъдат усъвършенствани човешките отношения, че в обществото да бъде въплътена абсолютната идея за „справедливостта“. За Платон идеалната социална държава е тази, която осигурява щастие и справедливост за всички свои граждани. Добро е само това, което е в интерес на групата, на рода, на колектива и на държавата.

По проблемите на социалната политика съществено допринасят трудовете на Аристотел, Тома Аквински, Рене Декар, Джон Лок, Шарл Монтескьо, Жан Жак Русо и др. Те излагат идеи и теории за създаването на справедливо държавно устройство. Печелейки стотици и хиляди привърженици те се превръщат в основен вдъхновител на борбата на масите за премахването на абсолютната монархия като форма на управление.

За оформянето и превръщането на социално-политическата доктрина в модерни политически идеологии съществено допринасят и идеите и трудовете на Алексис Дьо Токвил, Джон Адамс, Александър Хамилтън, Карл Маркс, Фридрих Енгелс и др.

Консерватизъм

Като социално-политическа доктрина консерватизмът се свързва с имената на Платон, Аристотел, Тома Аквински, Дейвид Хюм и др. Първият мислител, наречен консерватор, е Едмънт Бърк, работил през 30^{-те} години на 19^{-ти} век.

Според консерватизма политическата власт е мощно средство за социални промени. Всяка промяна обаче води след себе си социални катаклизми, бунтове и безредици. Ето защо държавата трябва да се стреми към минимална намеса в живота на гражданите и да не допуска експериментиране и каквито и да е било политически доктрини.

Основните принципи и характеристики на консервативната идеология са:

- Защита на частната собственост;
- Защита на социалната диференциация;
- Приоритет на прагматизма;
- Върховенство на закона.

Според консерватизма пазарът притежава „чудотворното“ свойство да се саморегулира и да отстранява всякакви структурни несъвършенства.

През 70^{-те} и 80^{-те} години на 20 век съвременният капитализъм навлиза в нов етап на своето развитие в т.нар. „демократически капитализъм“. Той е творение на господстващата консервативна идеология в шест от седемте най-развити капиталистически държави - САЩ, Великобритания, Германия, Япония, Канада и Италия.

Консерватизмът в съчетание с капитализма ражда „християндемократизма“. В много отношения тази идеология е близка до тази на консерватизма. Това се отнася до разбирането за:

- природата и възможностите на хората, които се считат за неизменни;
- привързаността към частната собственост;
- отхвърляне на екстремизма и на резките промени в обществото.

Съществуват някои значими различия главно по отношение разбирането за приоритета на социалната пред икономическата политика. Отхвърляйки идеята за социалната държава

християндемократите възлагат на властта определен социален ангажимент, който не пречи на икономическото развитие на обществото.

Либералистична концепция

Във всички страни, с изключение на тези с централизирано планово управление социалната политика съдържа либералистично ориентирани моменти и решения. Независимо от промените, които са настъпили в либерализма от времето на Адам Смит, Милтън Фридмън и др. за него са валидни следните основни принципи:

- Свобода и право на избор от потребителите и производителите;
- Култ към семейните ценности;
- Възприемане на пазара като естествен регулатор на социалното производство;
- Наличие на граждански права и свободи;
- Ограничена роля на държавата.

Либерализмът разглежда обществото като резултат от инициативата на отделните индивиди. Като философия той е ориентиран към индивидуалните постижения достигнати по пътя на свободната конкуренция. Може да се разглежда като класически либерализъм и неолиберализъм.

Класически либерализъм - в него мястото на социалната политика е твърде ограничено и се свежда до морално задължение на обществото към онези граждани, които по обективни причини не могат да се издържат сами. Либералите не приемат социалната справедливост. Считат я за манипулация на масите. Мерките на държавата се приемат като израз на липса на свобода на свободните хора.

Неолиберализъм - представлява хуманизирана модификация на либерализма. Той признава съществуването на неравенство в обществото. Социалната политика следва да служи като средство за осигуряване на равни шансове и до свободен достъп до жизнените блага. Това се отнася до онези субекти, които и при най-добро използване на своите сили и възможности не са в състояние да достигнат екзистенциалния минимум валиден за страната. В тази модификация на либерализма се нарушава в определена степен суверенитета на производителя, като се отнемат част от доходите. Нарушава се и суверенитета на потребителя, тъй като насочва и ограничава потреблението му. Към мерките на практическата страна на неолиберализма се отнасят:

- Намаляване на данъците;
- Борба с безработицата и регулиране на заетостта на фирмено и регионално равнище;
- Ангажиране на държавата преди всичко за гарантиране на законността, борба с корупцията, инфлацията и др. По този начин се постига увеличаване на частните спестявания, стабилизиране на системите за индивидуална и социална осигурителна защита, придобиване на увереност в държавната институция и др.

Егалитаризъм

Това е втората основна концепция на социалната политика. По своята същност тя представлява схващане за равенство, което се ръководи от потребностите, а не от възможностите на икономическото развитие, финансовото състояние и други. Според егалитаризма потребностите в доходите се обуславя не от личните усилия, а от:

- Собствеността;
- Наследените способности;
- Полученото възпитание;
- Късмета на дадения индивид.

За тези фактори стопанския субект с нищо не е допринесъл. Изходен пункт на егалитаристично ориентираната социална политика са нормите за потребление на храна, дрехи, жилища, услуги и др. Тези потребности трябва да бъдат осигурени от обществото на всички хора, които не са успели да ги постигнат по една или друга причина. Егалитаризмът може да съществува само в страни с централизирано държавно управление. При него е възможно непосредствено насочване на създадените от цялото общество блага към определена категория хора. т.е към тези, които се нуждаят, независимо от усилията които са положили да ги постигнат. Егалитаризмът е немислим без дискриминиране на получателите на високи доходи. Цените и данъците преотстъпват част от тези доходи в полза на хората с ниски доходи и ограничено потребление. По този начин държавата регулира социалните процеси. Тази социална политика се осъществява в страните с централизирано управление на икономиката и финансите. Егалитаризмът в социалната политика е плод на една по-широка и исторически утвърдена идея за свобода равенство и братство, идея намерила израз в идеите на великата френска буржоазна революция. Дълги години почти във всички европейски страни

социалната политика се е развивала под влиянието на тази идея. Силната роля на държавата е в основата на тази концепция. Необходимо е да се подчертае че егалитаризма подценява личната инициатива, свободата и отговорността на индивидите. Доведен до крайност, егалитаризмът води до разрушаване на обществото, тъй като обемът на благата непрекъснато намалява успоредно с намаляването на стимулите за предприемачество и за производствена дейност.

Модерна социалдемокрация

Основен идеолог е Тони Блеър, който определя тази концепция като нова посока за социално развитие в бързо изменящия се свят. Тя съвместява ценностите на две велики течения - демократичния социализъм и либерализма. Тази концепция, наречена още „третия път” бележи ново връщане към левоцентристкото мислене. 20^{-ти} век беше доминиран от два лагера - фундаменталната левица която гледаше на държавния контрол като основа на социалната политика и вторият лагер - лагерът на левицата, която допускаше компромиси. Новата концепция се налага поради:

- Променящия се свят в икономическо и социално отношение;
- Негативните страни на капитализма и социализма;
- Бедността и социалната несъвместимост;
- Нарастващата престъпност;
- Разпадането на семейната институция;
- Изменящата се роля на жената в обществото;
- Засилващото се желание на обществото за нови демократични промени;
- Нарастващата враждебност на обществото към политиката;
- Нарастващите екологични и социални проблеми, като алкохолизъм, наркомания и др.;
- Народите желаят да се приобщат към новите условия на бит и живот

Новата концепция се характеризира с редица нови моменти в управлението на социалните процеси, като по отношение ролята на правителството включва:

- Увеличаване доходите на населението чрез намаляване на данъците;
- Поставяне на образованието като важен приоритет. Високият образователен стандарт играе съществена роля в международната конкуренция.;
- Реформиране на социалната сигурност и нейното превръщане и насочване в области, в които е възможна;
- Нов баланс между права и задължения, не само в социалната сфера но и в строгото отношение към престъпността сред младежите. В това отношение голямо значение се отдава на родителските отговорности;
- Правителството и неправителствените организации в своята работа следва да придобият нови умения. Да работят с частния и доброволен сектор като партньори, да споделят отговорностите и да отговарят на новите по големи публични искания. Важен проблем е да се съдейства с Международната общност в търсенето на нови пътища в работата на тези организации- правителствени и неправителствени.
- В международен план отпадането на студената война и заплахата от световни конфликти се заменят с нови по-големи заплахи. Има се предвид организираната престъпност, тероризма, нарко- и токсикоманията, разрушаването на околната среда и др. Тези нови и тежки проблеми изискват прилагането на нови гъвкави форми на международно сътрудничество.

Модерно общество. Социален капитализъм.

Социалният капитализъм по своята същност представлява съвременна капиталистическа система, която се направлява и смекчава чрез лостовете на властта, респективно чрез държавната пазарна икономика.

Моделът на социалния капитализъм ограничава в известна степен абсолютната свобода на пазара, по отношение на пазарните му ефекти. Това ограничение може да се обясни по следния начин: свободният пазар предполага, че индивидуалният начин на живот се определя от притежаваната частна собственост и от положения индивидуален труд.

При различните модели на социалния капитализъм индивидуалният начин на живот се явява в определена степен независимо от това което индивидът притежава като лична собственост и от конюнктурата на пазара. Тази относителна независимост се осъществява посредством система от институции, които гарантират индивидуалните социални права. Те се приемат като продукт на социалната политика и тяхното трайно съществуване и влияние се бележи с понятия като: „социална държава”, „държава - провидение”, „социално-пазарна икономика”, „държава на благоденствието” и др. В най-общ смисъл тези понятия могат да се разглеждат като синоним на държавния капитализъм.

Социална държава

Социалната държава е тази, в която обществото поема отговорността за осигуряване на елементарното благосъстояние на всеки негов член. Социалната държава не е политическа, а функционална характеристика на държавната организация. Тя има отношение към управлението на социалните процеси, чрез механизмите на властта, а не към процеса на нейното овладяване и начин на упражняване.

Привържениците на модерните социални държави посочват като предимство редица нейни особености като:

- Социалната държава е добре регулирана, с добри традиции и висока ефективност.
- Социалната политика е част от публичната такава, която трябва да отговори на въпроса - защо дадено управление възприема или се въздържа от намеса във функционирането на обществото или на неговите подсистеми.
- В социалната държава преобладава частната собственост спрямо държавната и са създадени условия за свободно движение на капитали.

Концепция „нови хоризонти”

Тази концепция е приета като основа на правителствената политика на Джон Кенеди през 1960г. Тя насочва вниманието си главно към това държавата да стимулира деловата дейност в страната за да бъде преодоляна наложилата се през 50^{-те} години на 20^{-ти} век тенденция към ниски темпове на икономическо развитие. За тази цел се пристъпва към намаляване на федералните данъци, за да се увеличат инвестициите и се разшири потребителското търсене, а също така и да нараснат финансираните от правителството работни места, както и да се намали безработицата.

Стратегия „социален реформизъм”

Тази стратегия е избрана от правителството на Джон Кенеди и се базира на относително високите темпове на икономическо развитие. Тя е продължена от правителството на Линдън Джонсън, който се опитва да реализира широка програма по социални реформи, която включва:

- Нови помощи за образованието;
- Създаване на система на здравно осигуряване;
- Ново градостроителство;
- Развитие на изостаналите райони;
- Борба с бедността и неграмотността;
- Премахване на ограниченията в правата за гласуване.

Според Алан Бринкли [11] - „вълната от реформи в годините на Кенеди и Джонсън отразява новото съзнание за обществените проблеми на САЩ”.

Социализъм

Привържениците на тази политическа доктрина, която претърпя крах в края на 80-те и началото на 90^{-те} години на 20^{-ти} век търсят изход в т.нар. „възроден социализъм”, или „модерен социализъм”. Според тях социализмът може да бъде заменен или с по-добър и по-ефективен - или само с „хаос”. Хаосът от своя страна води до налагането на един примитивен варварски капитализъм, отнема всички социални придобивки на огромните маси трудови хора и изострящ социалното напрежение в общността. Изходът е възроденият социализъм, основаващ се на Марксистското изучаване на новите процеси и явления, да се свърже с пазарната икономика и със собствените социални последици. Този преход трябва да носи следните белези:

- Социалистическо пазарно стопанство, като път към икономическата стабилност;
- Демократично устроена политическа система, при която постоянно нараства ролята на трудовите хора;

- Духовно производство в съответствие със съвременните междуличностни изисквания;
- Национална сигурност със самостоятелна външна и вътрешна политика.

Възгледите на привържениците на т.нар. „модерен социализъм” се заключават в следното:

- Безплатно здравеопазване;
- Безплатно държавно образование;
- Държавно гарантирана защита на труда;
- Осигуряване правото на труд на всеки индивид;
- Гарантиране на пълноценен нормален живот на хората от третата възраст;
- Създаване условия за отпочиване на цялото общество;

- Полагане на грижи от държавата за инвалидите, вдовиците, безработните, самотните хора и др.

Тази социална политика си поставя за цел да помогне за осигуряване на качествено ново равнище на народното благосъстояние, да създаде нормални условия за живот на всички граждани и най-пълно да осъществи принципа на социалната справедливост във всички сфери на обществените отношения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социалната политика на дадена държава е съвкупност от специфични дейности, които целят да регулират социалните отношения между различни по своето социално положение субекти. Този подход към изясняването на социалната политика, разглежда социалната политика като дейност за регулиране на отношенията на равенство или неравенство в обществото. Той дава възможност да се търсят неравенства в икономическите позиции на индивидите във връзка със собствеността, труда и условията за труд, разпределението на доходите и потреблението, социалното осигуряване и здравеопазването, да се търсят източниците за тези неравенства и тяхната социална оправданост или неоправданост.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Димова, Д., Кусев, И. Социална политика и социални дейности. Анализи, есета, технологии. - София, Тракия-М, 2003.
- [2] Класова, С., Иванов, П., Младенова, Г., Станкова, Л., Балева, В., Василева, Л., Дуранкев, Б., Найденов, Н., Опров, К., Геров, А. Маркетинг, София, УННС, 2009г.
- [3] Терзиев, В., Георгиев, М. Социалната икономика и европейският социален модел. // Сборник доклади от научна конференция „Актуални проблеми на сигурността” 25-26 октомври 2018 г., Научно направление „Социални и правни аспекти на сигурността и отбраната”, НБУ „Васил Левски”, Велико Търново, България, 4, 2018, стр. 114-137, ISSN 2367-7465.
- [4] Terziev, V., Georgiev, M. A strategic framework for the development of social entrepreneurship in Bulgaria. // Knowledge – International Journal, August 2018, Institute of Knowledge Management, Skopje, Macedonia, 25, 2018, N1, pp. 23-34, ISSN 1857-923X (for e-version), ISSN 2545 – 4439 (for printed version).
- [5] Terziev, V., Georgiev, M. Support for the development of social entrepreneurship in Bulgaria. // Knowledge – International Journal, September 2018, Institute of Knowledge Management, Skopje, Macedonia, 26, 2018, N1, pp.57-74, ISSN 1857-923X (for e-version), ISSN 2545 – 4439 (for printed version).
- [6] Терзиев, В., Георгиев, М. Характеристики на системата за социално подпомагане. // Сборник доклади от годишна университетска научна конференция 14-15 юни 2018 г., Електронно издание, НБУ Васил Левски- Велико Търново, Велико Търново, 2018, стр. 959-969, ISBN 978-619-7246-20-9 (online e-book), ISSN 2367-7481.
- [7] Терзиев, В., Георгиев, М. Социална защита на уязвимите групи от населението в България. // Сборник доклади от годишна университетска научна конференция 14-15 юни 2018 г., Електронно издание, НБУ Васил Левски- Велико Търново, Велико Търново, 2018, стр. 970-975, ISBN 978-619-7246-20-9 (online e-book), ISSN 2367-7481.
- [8] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Modern dimensions of social policies. // International journal scientific papers Vol 23.4 Promoted in Budva, Montenegro 24-27.05.2018, IKM - Skopje, 23, 2018, N 4, pp. 935-944, ISSN 1857-923X (for e-version) ISSN 2545- 4439 (for printed version).
- [9] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Social support as part of social policy. // International journal scientific papers Vol 23.4 Promoted in Budva, Montenegro 24-27.05.2018, IKM - Skopje, 23, 2018, N 4, pp. 973-980, ISSN 1857-923X (for e-version) ISSN 2545 - 4439 (for printed version).
- [10] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Structure of the social welfare system in Bulgaria. // International journal scientific papers Vol 23.4 Promoted in Budva, Montenegro 24-27.05.2018, IKM - Skopje, 23, 2018, N 4, pp. 1275-1281, ISSN 1857-923X (for e-version) ISSN 2545 - 4439 (for printed version).
- [11] Liberalism and Its Discontents, The New York Review of Books, 1998.

HOW TO REINFORCE THE SOCIAL PREVENTION

Biljana Todorova

Faculty of Law, University "Goce Delcev", Stip, biljana.todorova@ugd.edu.mk

Abstract: Subject of analysis in this paper is the social prevention in the Republic of Macedonia as an important element of the social protection system.

Firstly, the legal basis of the social prevention (parts of the Constitution of the Republic of Macedonia and the Law on Social Protection) will be elaborated, then the presentation will be done to the program concept for social prevention contained in the relevant acts of the state bodies, as well as the planned activities for the purpose of strengthening and promoting the social prevention.

Analytical considerations about the legal and program concept of social prevention in the Republic of Macedonia will be presented as well.

On the one hand, social protection can meet the essential needs of human survival by ensuring that all men and women have basic social and economic security. At the same time, it can play a more far-reaching role in enhancing the quality of life of individuals and societies by developing and unleashing human potential, facilitating structural change, increasing stability, advancing social justice and cohesion, and promoting economic dynamism.

Social protection is about people and families having security in the face of vulnerabilities and contingencies, it is having access to health care, and it is about working in safety. But we are far from realizing the ideal of adequate social protection as a right for all. This is particularly true for the poorest in the informal economy. Commonly they are working and working hard just to survive. They experience many forms of insecurity. They are most in need of support and protection yet they are the least protected.

Socio-economic security is key to the well-being of the individual and the family. By responding to people's needs, social protection fosters social inclusion and cohesion - secure families are the building blocks of secure communities and stable societies. When properly managed, it is an instrument of empowerment and social progress. It affects capacity to work and productivity at work. Social protection gives poor people a platform to step from fighting for survival to working for a better future and staying out of poverty.

Keywords: social prevention, social risk, social protection law, program.

КАКО ДА СЕ ЗАЈАКНЕ СОЦИЈАЛНАТА ПРЕВЕНЦИЈА**Билјана Тодорова**

Правен факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, biljana.todorova@ugd.edu.mk

Апстракт: Предмет на анализа во овој труд е социјалната превенција во Република Македонија како битен елемент на системот на социјална заштита.

Најпрвин ќе се елаборира правната заснованост на социјалната превенција (делови од Уставот на Република Македонија и од Законот за социјална заштита), потоа ќе биде претставена програмската концепција за социјална превенција содржана во соодветни акти на државните органи, како и предвидените активности заради зајакнување и унапредување на социјалната превенција.

Ќе бидат изнесени и аналитички размислувања за правната и програмската концепција на социјалната превенција во Република Македонија.

Од една страна, социјална заштитата може да ги задоволи основните потреби на опстанокот на човекот со тоа што ќе обезбеди сите мажи и жените да имаат основна социјална и економска сигурност. Во исто време, може да игра многу подалекусежна улога во подобрувањето на квалитетот на животот на поединците и општествата со помош на развивање и ослободување на човечкиот потенцијал, олеснување на структурните промени, зголемување на стабилноста, унапредување на социјалната правда и кохезија и промовирање на економската динамика.

Социјалната заштита се однесува на луѓето и семејствата кои имаат сигурност во критични и непредвидени ситуации. Социјална заштита е кога луѓето имаат пристап до здравствена заштита, кога секој може да работи безбедно. Но, ние сме далеку од реализација на идеалот на соодветна социјална заштита како право за сите. Ова особено важи за најсиромашните во неформалната економија. Најчесто тие работат напорно за

да преживеат. Тие доживуваат многу форми на несигурност. Најмногу им е потребна поддршка и заштита, но сепак тие се најмалку заштитени.

Социо-економската безбедност е клучна за благосостојбата на поединецот и семејството. Со одговарање на потребите на луѓето, социјалната заштита го поттикнува социјалното вклучување и кохезијата - безбедни семејства се темелите на безбедни заедници и стабилни општества. Кога правилно се управува, таа е инструмент за зајакнување и социјален напредок. Таа влијае на способноста за работа и продуктивноста на работа. Социјалната заштита им дава на сиромашните луѓе можност наместо да се борат за опстанок да работат за подобра иднина да ја надминат сиромаштија.

Клучни зборови: социјална превенција, социјален ризик, закон за социјална заштита, програма.

1. ПРАВЕН СТАТУС НА СОЦИЈАЛНАТА ПРЕВЕНЦИЈА

Членот 1 во ставот 1 од Уставот на Република Македонија определува: ”Република Македонија е суверена, самостојна, демократска и социјална држава”.

Всушност, поимот социјална држава повеќе треба да означува превентивно дејствување со кое ќе се спречуваат социјалните ризици, а во втор план да биде решавањето на социјалните ситуации во кои луѓе (како поединци, семејства, групи) се наоѓаат во потреба од социјален третман, социјална помош и поддршка. Елементи на социјалната превенција можат да се препознаат и во членовите 34 и 35 од Уставот во кои се вели дека граѓаните имаат право на социјална сигурност и социјално осигурување и дека Републиката им гарантира право на помош на немоќните и на неспособните за работа граѓани.

Законот за социјална заштита ја третира социјалната превенција како системско прашање. Така, се вели дека социјална заштита е систем на мерки, активности и политики за спречување и надминување на основните социјални ризици на кои е изложен граѓанинот во текот на животот, за намалување на сиромаштијата и социјалната исклученост и за јакнење на неговиот капацитет за сопствена заштита⁹⁶.

Под социјален ризик⁹⁷ се подразбира:

- ризици по здравјето (болест, повреда, инвалидност),
- ризици на старост и стареење,
- ризици на еднородителско семејство,
- ризици од невработеност, губење на приход за издржување по основа на работа и слично,
- ризици од сиромаштија,
- ризици од друг вид на социјална исклученост.

Законот, исто така, пропишува дека за остварување на социјалната превенција се преземаат мерки за спречување на настанувањето на социјален ризик за граѓанинот, семејството или група на население, посебно преку:

- едукативно – советувајќи работата,
- развивање на формите на самопомош,
- волонтерна работа со лично ангажирање и
- примена на други методи кои соодветствуваат на потребите на корисниците на социјална заштита.

Инаку, општо значење на поимот превенција е претходна, навремена заштита за спречување на нешто лошо, непожелно – болест, казнено дело, преземање мерки за заштита од нешто (примери: превенција од криминал, превенција од болести)⁹⁸.

Додека, за категоријата ризик се смета веројатноста дека една опасност ќе ги предизвика своите негативни ефекти заедно со мерката за тој ефект, односно возможна опасност од нешто, непотребно се изложи на ризик, на свој ризик⁹⁹.

2. ПРОГРАМСКИ ТРЕТМАН НА СОЦИЈАЛНАТА ПРЕВЕНЦИЈА

Во Националната програма за развој на социјалната заштита на Република Македонија до 2021 година¹⁰⁰ видно место добива и социјалната превенција. На почетокот на овој документ се вели дека со Законот е

⁹⁶ Закон за социјална заштита, Службен весник на РМ, бр. 148 од 29.10.2013 година, член 1.

⁹⁷ Закон за социјална заштита, член 24.

⁹⁸ Дигитален речник на македонски јазик, одредница превенција

⁹⁹ Дигитален речник на македонски јазик, одредница ризик

¹⁰⁰ Национална програма за развој на социјалната заштита 2011-2021 на Република Македонија, дел 4.

Зајакнување на социјалната превенција

предвидено во годишната програма за остварување на социјалната заштита да се планираат мерки и потребни средства за остварување на социјалната превенција.

Во Програмата се констатира дека и покрај општата законска обврска за преземање мерки и активности на социјална превенција, поради преоптовареност на центрите за социјална работа (главно со администрирањето на паричните надоместоци и нудењето друг вид социјални услуги), превентивната работа неоправдано се запоставува, што доведува до далекусежни последици. Истовремено, постои и континуиран недостиг од средства за превентивни активности и не постојат подзаконски акти со кои на подетален начин центрите за социјална работа ќе се обврзат да реализираат превентивни програми.

Во најголем дел овие центри превентивната едукативно-советувалишна работа езапоставена. Од 2004 година, со укинување на задолжителната посета на предбрачните советувашишта, се запостави и советувашишната работа во делот на бракот и семејството. Се смета дека постои потреба од нивно повторно реактивирање, бидејќи искуствата се позитивни и во голема мера корисни за граѓаните. Центрите располагаат со стручен кадар кој е едуциран за вршење советувашишна работа, а чиј потенцијал, во основа, е неискористен.

Покрај сопствените, центрите за социјална работа би можеле да ги користат и експертизата и ресурсите на приватниот и невладиниот сектор. Дополнителен проблем се јавува во однос на нивното вклучување во нудењето на советувашишни услуги, поради обврската за регистрирање на установата и исполнување на одредени стандарди за вршење на дејноста.

Законот за социјална заштита дозволува физички лица да вршат одредени советувашишни работи, но во практиката се јавува проблем во однос на прашањето за утврдување на степенот на квалификации на стручните лица и начинот на лиценцирање, како и ширината на услугата која ќе се нуди и нејзината пазарна цена.

Анализата на актуелните состојби покажува дека слабата развиеност на превентивната социјална работа се должи и на непостојењето јасни протоколи за соработка меѓу релевантните институции на локално ниво. Имено, Законот за социјална заштита предвидува дека превентивната работа се остварува во центрите за социјална работа во соработка со општините, предучилишните, училишните, здравствените установи и другите државни тела, правни и физички лица и здруженија на граѓани. Иако неформални контакти постојат, соработката не е утврдена како обврска, организирана, односно е препуштена на добрата волја и професионалност на стручните работници. Единиците на локалната самоуправа, во голем дел, не располагаат со капацитети за мапирање на основните социјални проблеми во нивните општини и за преземање ефикасни превентивни мерки и активности. Во систематизациите на голем број општински администрации, не се предвидува формирање сектори, ниту пак одделенија за социјална заштита. Најголем дел од општините во Република Македонија немаат вработено ниту еден социјален работник.

Во остварувањето на превентивната работа, како што се наведува во Програмата, клучна е соработката меѓу центрите за социјална работа и училиштата, во последниве години напуштени се веќе воспоставените добри практики на соработка. Позитивна е одредбата во Законот за основно образование со која се предвидува вработување социјален работник во училиштата, но оваа одредба поради недостиг на финансиски средства не е целосно имплементирана. Исто така, голем дел од здравствените установи, посебно во помалите општини не располагаат со стручен кадар за вршење на социјална превенција. Со тоа, се намалени потенцијалите на општините за вршење превентивна социјална работа.

Определен напредок се забележува во соработката со полицијата, видливо со усвојувањето на Законот за малолетничка правда, кој предвидува формирање државен совет и општински совети за превенција на малолетничко претстапништво, како и сензибилизирање и јакнење на капацитетите на полициските службеници за препознавање на проблемите на трговија со луѓе, семејно насилство и вагабондажа.

Превентивната работа на локалните здруженија на граѓани и нивната соработка со центрите за социјална работа често е стихижна, неконтинуирана и зависна од финансиската помош од странски донатори.

3. МЕРКИ / АКТИВНОСТИ ЗА ЗАЈАКНУВАЊЕ НА СОЦИЈАЛНАТА ПРЕВЕНЦИЈА

Со Националната програма се проектирани мерки и активности за зајакнување на социјалната превенција, кои може да се групираат во неколку целини:

- стручни мерки за социјална превенција,
- правни прашања,
- организациски прашања,
- информирање за социјална превенција,
- финансиски аспекти,

- етичка димензија.

1. Во делот на планирање / стручност на мерки за социјална превенција е потребно -

- водеување профил патролен социјален работник (street social worker),

- назначување на стручни лица при центрите за социјална работа за вршење на советувањата и советодавна работа, кои ќе бидат тесно специјализирани во таа област.

2. Како правни прашања се неопходни:

- разграничување на формите на советувањата и советодавна работа во Законот за социјална заштита,

- утврдување прецизни критериуми за вклучување на физички и правни лица како даватели на советодавни услуги (финансирање на услугите, лиценца, цена на услуга, траење на услугата, упатување и др.),

- имплементација на законската одредба за вработување социјални работници во стручните служби во училиштата,

- воведување законска можност за вработување на социјални работници во детските градинки,

- попрецизно регулирање и интензивирање на досегашната практика на посета на училиштата од страна на стручни работници од центрите за социјална работа заради идентификација на ученици во социјален ризик и спречување на појава на социјални проблеми.

3. Проектирани се редица организациски прашања:

- задолжително внесување на социјалната превенција во програмите за работа на установите за социјална заштита,

- извештајот за реализација на мерките на социјалната превенција да бидат определени како обврска,

- разгледување, оценка и евалуација на овие програми и извештаи на надлежни тела и форуми,

- зголемена волонтерска работа, посебно во локалните заедници,

- развивање на советувањата и советодавна работа,

- организирање групи за самопомош меѓу корисниците на социјална заштита (родители на деца во ризик, негуватели на стари лица, самохрани родители, згрижувачи, лица со социјални проблеми)

- развивање на меѓусекторската соработка во доменот на превенцијата на локално ниво,

- изработка на протоколи за соработка меѓу релевантните локални институции и организации,

- изработка на листинзи на институции за соработка со установите за социјална заштита и центрите за социјална работа на локално ниво (локална власт, образование, здравство, полиција, невладин сектор),

- формирање локални совети за социјална превенција при општините во кои ќе членуваат претставници од сите релевантни локални актери (центрите за социјална работа, установите за социјална заштита, општини, училишта, здравствени установи, полициски служби, невладини организации),

- воспоставување на практика на членство на претставници од центрите за социјална работа во училишните одбори.

4. СЕ смета дека е мошне функционално доколку се преземат активности за информирање поврзани за социјалната превенција:

- подобрена информираност, координација и соработка во реализацијата на превентивните програми меѓу центрите за социјална работа, установите за социјална заштита и локалните невладини организации, заради избегнување на поклопување во програмите, оптимално искористување на расположливите ресурси и слично,

- изготвување и дистрибуирање на информативен материјал (брошури, лифлети) за правата и услугите од системот на социјална заштита,

- отворање на советувањата во системот на социјална заштита (предбрачно, брачно, за деца и млади и други).

5. Програмски се предвидени и финансиски аспекти:

- обезбедување буџетски средства за установите за социјална заштита.

4. Неодминливо е да постојат и етички димензии со оглед на сензитивноста на проблематиката, посебно во делот на информирање на конкретни лица, семејства и групи дека можат да се најдат во социјален ризик и да се пресмета и нивната реакција и реакцијата на средината во која се наоѓаат.

4. АНАЛИТИЧКИ ОСВРТ НА МЕРКИТЕ ЗА СОЦИЈАЛНА ПРЕВЕНЦИЈА

Во конципирањето, програмирањето и реализирањето на социјалната превенција и во проектирањето на мерките и активностите заради остварување на нејзините цели можно е да се појде од познатата максима дека е “подобро да се спречи, отколку да се лекува”.

Пристапот во законските одредби е мошне поширок во однос на програмските определби за зајакнување на социјалната превенција. Интенцијата од законскиот текст, посебно во деловите на определувањето на

видовите социјални ризици, е комплексно, систематско и оперативно подразбирање и реализирање на социјалната превенција.

Елементи од социјалната превенција се содржат и во други законски, подзаконски и програмки документи, освен во Законот за социјална заштита и во Националната програма за развој на социјалната заштита во Република Македонија.

Во превентивно дејствување, низ постапки за информирање, може да се практикуваат форми на пласирање содржини кои ќе ги предупредуваат вработените на навестени економски потреси кои можат да доведат до распаѓање на некои фирми и до губење на работата, што подразбира намалување на приходи или да доведува до ризик од сиромаштија.

Широк список од совети можат да бидат понудени и за побезболно прифаќање и соочување со староста и стареењето.

Можни се, се разбира, и навремени, квалитетни и полезни информации за опасностите од болести, повреди и инвалидност и едукација за правата и начините за остварување на правата доколку дојде до такви ситуации (болест, повреда, инвалидност).

Заради постигнување очекуван и посакуван ефектност и ефективност од социјалната превенција е неопходно користење широк круг сознанија, податоци и факти кои доаѓаат од научните и стручните средини, од поширок круг јавни институции (не само од непосредно поврзаните со социјалниот систем, социјалната политика и социјалната заштита), од граѓанскиот сектор, од масовните медиуми и од јавноста воопшто.

Ваквите сознанија би помогнале во поширока и понавремена примена на активностите од социјалната превенција.

И наменските, научно втемелени, истражувања на можни социјални ризици, во одделни економски гранки, во одделни географски подрачја и за одделни групи луѓе, поединци и семејства, можат да ја зајакнат социјалната превенција и да помогнат во постигнувањето на резултатите од неа.

5. ЗАКЛУЧОК

Во Уставот од 1991 година, Република Македонија е определена како суверена, самостојна, демократска и социјална држава.

Всушност, поимот социјална држава повеќе треба да означува превентивно дејствување со кое ќе се спречуваат социјалните ризици, а во втор план да биде решавањето на социјалните ситуации во кои луѓе (како поединци, семејства, групи) се наоѓаат во потреба од социјален третман, социјална помош и поддршка. Законот за социјална заштита на Република Македонија пропишува дека за остварување на социјалната превенција се преземаат мерки за спречување на настанувањето на социјален ризик за граѓанинот, семејството или група на население, посебно преку:

едукативно – советуваљна работа, развивање на формите на самопомош, волонтерна работа со лично ангажирање и примена на други методи кои соодветствуваат на потребите на корисниците на социјална заштита.

Во Националната програма за развој на социјалната заштита на Република Македонија до 2021 година видно место добива и социјалната превенција. Во овој документ се вели дека со Законот е предвидено во годишната програма за остварување на социјалната заштита да се планираат мерки и потребни средства за остварување на социјалната превенција.

Со Националната програма се проектирани мерки и активности за зајакнување на социјалната превенција, кои може да се групираат во неколку целини: стручни мерки за социјална превенција, правни прашања, организациски прашања, информирање за социјална превенција, финансиски аспекти и етичка димензија.

Заради постигнување очекуван и посакуван ефектност и ефективност од социјалната превенција е неопходно користење широк круг сознанија, податоци и факти кои доаѓаат од научните и стручните средини, од поширок круг јавни институции (не само од непосредно поврзаните со социјалниот систем, социјалната политика и социјалната заштита), од граѓанскиот сектор, од масовните медиуми и од јавноста воопшто.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Doyal L., Gough I., Analytical welfare economic. Penguin, Harmondsworth, (1971)
- [2] Lees, A. M., Rafferty, J., From Menzies Luth to Munro: the problem of managerialism. British Journal of Social Work, (2013)
- [3] Spiker, P., Socijalna politika – teorija i praksa. Fakultet politickih nauka, Univerzitet u Beogradu, (2014).

- [4] Тодорова, Б., Социјално право (авторизирани прилози за подготовка на испит). Правен Факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, (2018).
- [5] Тодорова, Б., Трудово право. Европски универзитет – Република Македонија – Скопје, (2014).
- [6] Устав на Република Македонија од 1991 година, со амандмани
- [7] Закон за социјална заштита, Службен весник на РМ, бр. 148 од 29.10.2013 година, www.pravo.org.mk
- [8] Национална програма за развој на социјалната заштита 2011-2021 на Република Македонија, дел 4. Зајакнување на социјалната превенција, www.pravo.org.mk
- [9] Дигитален речник на македонски јазик, одредница превенција, пристапено на 02.11.2018
- [10] Дигитален речник на македонски јазик, одредница ризик, пристапено на 02.11.2018

STAGES IN SOCIAL POLICY DEVELOPMENT

Venelin Terziev

Full Member of the Russian Academy of Natural History,
Professor, Eng., D.Sc. (National Security), D.Sc. (Economics), D.Sc. (Social Activities), Ph.D.,
Russian Academy of Natural History, Moscow, Russia
Vasil Levski National Military University, Veliko Tarnovo, Bulgaria
University of Rousse, Rousse, Bulgaria, terziev@skmat.com

Preslava Dimitrova

National Military University, Veliko Tarnovo, Bulgaria, preslavatrendafilova@gmail.com

Abstract: The social policy of a country is a set of specific activities aimed at regulating the social relations between different in their social status subjects. This approach to clarifying social policy is also called functional and essentially addresses social policy as an activity to regulate the relationship of equality or inequality in society. It provides an opportunity to look for inequalities in the economic positions of individuals in relation to ownership, labor and working conditions, distribution of income and consumption, social security and health, to look for the sources of these inequalities and their social justification or undue application.

The modern state takes on social functions that seek to regulate imbalances, to protect weak social positions and prevent the disintegration of the social system. It regulates the processes in society by harmonizing interests and opposing marginalization. Every modern country develops social activities that reflect the specifics of a particular society, correspond to its economic, political and cultural status. They are the result of political decisions aimed at directing and regulating the process of adaptation of the national society to the transformations of the market environment. Social policy is at the heart of the development and governance of each country. Despite the fact that too many factors and problems affect it, it largely determines the physical and mental state of the population as well as the relationships and interrelationships between people. On the other hand, social policy allows for a more global study and solving of vital social problems of civil society. On the basis of the programs and actions of political parties and state bodies, the guidelines for the development of society are outlined. Social policy should be seen as an activity to regulate the relationship of equality or inequality between different individuals and social groups in society. Its importance is determined by the possibility of establishing on the basis of the complex approach: the economic positions of the different social groups and individuals, by determining the differences between them in terms of income, consumption, working conditions, health, etc. ; to explain the causes of inequality; to look for concrete and specific measures to overcome the emerging social disparities.

Keywords: development, social entrepreneurship, social policy.

ЕТАПИ В РАЗВИТИЕТО НА СОЦИАЛНАТА ПОЛИТИКА

Венелин Терзиев

действителен член на Руската академия по естествознание, професор,
доктор на икономическите науки, доктор на военните науки, доктор на науките Социални
дейности, Русенски университет „Ангел Кънчев”, Русе, България
Национален военен университет „Васил Левски”, Велико Търново, България
Руска академия по естествознание, Москва, Русия, terziev@skmat.com

Преслава Димитрова

Национален военен университет „Васил Левски“ - Велико Търново, България
preslavatrendafilova@gmail.com

Резюме: Социалната политика на дадена държава е съвкупност от специфични дейности, които целят да регулират социалните отношения между различни по своето социално положение субекти. Този подход към изясняването на социалната политика, разглежда социалната политика като дейност за регулиране на отношенията на равенство или неравенство в обществото. Той дава възможност да се търсят неравенства в икономическите позиции на индивидите във връзка със собствеността, труда и условията за труд,

разпределението на доходите и потреблението, социалното осигуряване и здравеопазването, да се търсят източниците за тези неравенства и тяхната социална оправданост или неоправданост.

Съвременната държава поема социални функции, чрез които се стреми да регулира дисбалансите, да защитава слабите социални позиции и да не позволява разпадането на обществената система. Тя регулира процесите в обществото, като хармонизира интересите и се противопоставя на маргинализацията. Всяка модерна държава развива социални дейности, които отразяват особеностите на конкретното общество, съответстват на неговото икономическо, политическо и културно състояние. Плод са на политически решения, целящи да насочват и регулират процеса на адаптация на националното общество към трансформациите на пазарната среда. Социалната политика стои в основата на развитието и управлението на всяка страна. Независимо от това, че върху нея оказват влияние твърде голям брой фактори и проблеми, то тя до голяма степен определя физическото и психичното състояние на населението, както и взаимоотношенията и взаимовръзките между хората. От друга страна, социалната политика дава възможност за по-глобално изучаване и решаване на жизнено важни социални проблеми на гражданското общество. На базата на програмите и действията на политическите партии и на държавните органи се очертават насоките за развитие на обществото. Социалната политика следва да се разглежда като дейност за регулиране отношенията на равенство или неравенство между различните индивиди и социални групи в обществото. Нейното значение се определя от възможността на базата на комплексния подход да се установят: икономически позиции на различните социални групи и индивиди, като се определят различията между тях по отношение на доходи, потребление, условия на труд, здравеопазване и др; да се разкрият причините за неравенството; да се търсят конкретни и специфични мерки за преодоляване на възникналите социални различия.

Ключови думи: развитие, социалното предприемачество, социална политика.

ВЪВЕДЕНИЕ

Социалната политика представлява отделна, самостоятелна по своя характер наука. Тя граничи и има тесни връзки с други науки като социология, икономика, педагогика, политология и др. Социалната политика по своята същност представлява теория и практика на социалните отношения, които имат свое начало, минало, настояще и бъдеще. Тя е специфична дейност за регулиране на социалните отношения в обществото. Това се осъществява от държавните и недържавните органи и организации, от отделни партии и лица. В основата на социално-политическата дейност стоят общочовешките, държавните, политическите и др. интереси, както и тези на социалните групи, семействата и отделните индивиди.

Социалната политика отразява реалните човешки отношения. Социалните решения са същността на политиката. По този начин се ангажира обществото, държавата, фирмата, общината и др. спрямо носителя на социалния проблем. Социалната политика е силно идеологически обвързана. Тя е зависима и не може да се откъсне от платформата и програмата на управляващите политически сили, както и от философията на силите на опозицията, която се стреми към властта. Следователно съществува тясна връзка и зависимост между социалната политика и властта. Последната се явява средство за реализация на решенията в социалната област. В борбата си за власт политическите сили утвърждават определен социално-политически курс.

Социалната политика като практика до голяма степен зависи от доминиращите схващания за нейната същност и съдържание, както и от развитието на икономиката на страната. Често връзката между икономика и социална политика се разглежда едностранно. Социалната политика може не само да взема, но и да тласка икономиката напред. В развитите европейски страни социалната политика играе роля на силен преобразуващ фактор в икономическите и обществените отношения.

Развитието на социалната политика в различните страни е тясно свързано с природните, икономическите, културните, етническите и политическите условия на живот. Формите и обхвата на социалната политика се обуславят от конкретните обстоятелства на отделните исторически епохи. Изучавайки социалната политика през различните периоди на човешкото общество се създават възможности за установяване на обективните закономерности и условия на развитие и на промени на социалните отношения, с използване на съвременни методи и прийоми. Чрез социалната политика се утвърждават принципите на хуманност, както и защитата и подпомагането на онази част от населението, която живее в неравностойно социално положение, в съответствие с общоприетите критерии и стандарти за живот на хората. Насоките на развитие на социалната политика определят темпа и характера на възпроизводството на обществото на едно по-високо ниво. В основата на социалната политика са заложили такива елементи като социална справедливост, социална сигурност, свобода на човешката личност и др. Социалната политика в

социален и политически аспект може да се приеме като единство на университетска дисциплина, научно направление, както и теория и практика на социалната работа.

ЕТАПИ В РАЗВИТИЕТО НА СОЦИАЛНАТА ПОЛИТИКА [2-9]

Историческите данни сочат, че като практика социално-политическата дейност е възникнала и се е развивала от най-дълбока древност.

В примитивните и първобитните общества се установяват характерни, макар и елементарни защитни функции. Те са се проявявали в нравите и обичаите на хората и са се предавали от поколение на поколение. Тези защитни функции са се отнасяли до социално слабата част от хората - децата, болните и възрастните. Разбира се върху тази дейност съществено влияние е оказвало елементарното производство, ниската производителност на труда, изградените патриархални отношения, родовата разпокъсаност и др. Социалните защитни функции през тази епоха са се основавали на инстинктите на хората за самосъхранение. Практиката в различните народи е била крайно противоречива. Така например при ескимосите възрастните и болните деца са били изоставяни на произвола на съдбата. В същото време при индианците се установява култ към възрастните хора.

В робовладелческото общество за развитието на социално-политическата на обществото съществено влияние оказват редица фактори като:

- повишената, макар и елементарна производителност на труда;
- появата на частната собственост върху средствата за производство;
- утвърденото патриархално семейство;
- наличието на държава, държавно управление и държавни органи;
- двойственият морал спрямо робите и свободните хора.

Във философията на древните мислители, наред с идеите за свобода и морал се развиват и идеите за социална справедливост и хуманност. Това е изложено добре от Аристотел. Според него „който желае да властва трябва да помага”. В Египет, еврейската държава и древна Гърция социално-политическите функции са имали характер на подпомагащи функции. Идеите на Аристотел, Солон, Тукидид, Платон и др., освен че са отразявали духа на своето време, но много от тях звучат съвременно и сега. Например според Тукидид ... „Никой не трябва да се срамува, че е беден, срамота е да не премахнеш немотията чрез труд”. Основните социално-защитни функции в древността са се изпълнявали от семейството, следвайки общовъзприети морални принципи. Ако лицето е било лишено от близки тези функции са се изпълнявали от държавата, църквата и съгражданите.

Интерес от исторически аспект представлява социалната политика на староеврейската държава. При нея в обществото са се насаждали чувство на солидарност с бедните, болните и инвалидите, със строго спазване на определени религиозни норми на поведение. Социалната защита се е оказвала само на нетрудоспособните. Строго е бил наказван здравият гражданин, който е приемал помощта.

В древна Гърция са били създадени първите закони с хуманитарно-демократичен характер. Такъв е бил законът, който задължавал всеки родител да дава на децата си определена професия или да ги подготвя за някаква трудова дейност. В същото време в древна Гърция са съществували и антихуманни закони. Например хвърляне на увредени деца от скала и др.

Обобщавайки историческите данни за този период могат да се подчертаят три основни характеристики:

- Ниска производителност на труда и масова бедност сред населението;
- Силно влияние на държавата върху социалната политика;
- Поява на наченки на професионални сдружения за социална защита.

През Средновековието както е известно, ролята на църквата се явява основна причина за застой в науката, за ниското развитие на средствата за производство и за липсата на всякаква социална защита на хората.

С появата на Ренесанса се развива манифактурното производство, започва началното натрупване на капитали и последвателно развитие на капиталистическото общество. В развитието на социалната политика се поставят основните въпроси за:

- Мястото на държавата, респективно на властта в тази дейност;
- Индивидите и техните частни инициативи и доброволни сдружения;
- Защитата на социалните потребности и права.

Според Герхард Брюк практическата държавна социална политика в Германия води началото си от 1839 година с приетия закон за защита на децата. Съществено значение придобиват така наречените Бисмаркови закони или Бисмарков модел. Началото се поставя през 1881 година, когато чрез послание на кайзера се изгражда система за държавно социално осигуряване на работниците. Тази система се характеризира с натрупването на определени финансови средства, които са били използвани за определени категории от населението и за определени професии с рисков характер. Това е позволявало при злополуки и болест работниците да получават определени обезщетения. В резултат на кайзеровото послание са били приети законите за:

- болничното осигуряване - през 1883 година;
- за осигуряване при злополука - през 1884 година;
- за осигуряване при старост и инвалидност - през 1889 година.

Тези закони независимо от тяхната ограниченост играят съществена роля в развитието на социалната политика и формират така наречения Бисмарков модел.

В края на 19^{ти} век в различните европейски страни, в резултат на сдружените работнически действия във Франция, Австрия, Швейцария, Англия и др. са били приети редица социални закони. Успоредно с държавната защита на труда се е развивала и самозащитата на работниците. Според Франкенщайн последната допълва държавната и се проявява там, където е невъзможно държавата да организира и да осигури социалната защита на нуждаещите се. Самозащитата на работниците се е изразявала в организирането на доброволни помощни каси. Така например в Англия, с помощта на профсъюзите са били създавани голям брой взаимопомощни сдружения. Към тях са функционирали и доброволни помощни каси. Чрез тези каси се е осигурявала болничната издръжка на работниците и инвалидите.

Форма на работническа самозащита се явяват и производствените сдружения или кооперации. През 1862 година в Германия техния брой достига 130, Англия 214, Франция 81. Държавата е предоставила на тези сдружения определени финансови средства. Съществена роля през този период играят потребителските кооперации, предназначени да предлагат на работниците по-евтини стоки, както и на кредити при облекчени условия за техни членове. В европейските страни като форма на самозащита се явяват и строените общински работнически жилища.

След втората световна война по идея на английския икономист Беверидж се формира нов модел на социално осигуряване. Развиват се различни идейни течения, школи.

РАЗВИТИЕТО НА СОЦИАЛНАТА ПОЛИТИКА В БЪЛГАРИЯ

Още в Търновската конституция се е предвиждала възможност за пенсионно осигуряване на държавните служители. Първият социален закон е бил приет през 1905 година. Той се отнасял до защитата на детския и женския труд. С него се е регламентирало продължителността на работния ден, минималната възраст за наемане на работа /12 г./ и са били определени ограничения за лицата упражняващи нощен труд. През периода 1944-1989 година социалната политика у нас се развиваше по командно-административен път. Нейните приоритети се определяха от партията и правителството при формалното участие на Профсъюзите. Този подход беше нерационален и доведе до срив на социално-политическата система във всички социалистически страни.

ПРИНЦИПИ НА СОЦИАЛНАТА ПОЛИТИКА

Херберт Спенсер разглежда обществото като един социален организъм, който се развива закономерно в резултат на взаимодействието между съставните му части. Социалната политика според Спенсер е начин на организация на обществото, на оценка и управление на реалните масови социални факти. На базата на тези схващания предмета на социалната политика може да се определи с цялостното развитие на обществото, на отделните негови съставни части или на отделните участници в обществения живот.

Отделните социални сфери като социално подпомагане, здравеопазване, образование, култура, труд и трудови отношения имат свои конкретни и специфични цели и задачи, а от там и свой конкретен предмет на дейност, но всичките те се явяват подсистеми на социалната политика, които си взаимодействат и взаимно влияят. Обединяващото и общото в тези сфери на обществена дейност и отношения се явява социалната политика.

Целите на социалната политика не могат да се формулират еднозначно. Различията в целите при либерализма, неолиберализма и егалитаризма дават отражение върху социалната политика като наука и практика.

Според Либерализма - целта на социалната политика е да гарантира равенство на хората в изходните позиции, т.е в шансовете им за самостоятелен стопански живот. Като примери в това отношение се посочват безплатното обучение, квалификацията и др., които могат да намалят диференциацията между индивидите в обществото. Като най-справедливо разпределение на богатата се приема когато се извършва чрез конкуренцията.

Според егалитаризма - социалната политика има за цел да осигури равенство на изхода при разпределението на стопанският резултат.

За постигане на поставените цели социалната политика решава следните основни задачи:

- Изясняване и реализация на основните принципи и концепции в развитието на обществото и при решаването на възникнали социални проблеми.

- Предлагане на ефективни подходи за решаване проблемите на обществото- инвалидизация, безработица, нисък стандарт на живот, ниска култура, социални заболявания и др.

- Осигуряване на медико социална защита на социално слабата част от населението. Отстраняване или намаляване ефекта от влиянието на социално-икономическите, демографските и други фактори върху здравето, живота и жизнеспособността на нацията.

- Изучаване и прилагане опита на развитите социални държави в областта на социалната политика.

Принципите на социалната политика биха могли да се подредат така:

- Свобода на индивида - този принцип се основава на частната собственост и на свободната изява на отделния индивид.

- Социална справедливост - отнася се до осигуряването на доходи на отделни лица и домакинства, които не притежават възможности и не могат да ги увеличат. Този принцип се отнася до социално слабите групи и до отделни лица от населението, изпаднали в състояние на социален риск.

- Социална солидарност - този принцип е особено важен тъй като се отнася до начина на финансиране на социалната сигурност на населението. Финансовите средства се набират от държавния бюджет и от обособени социални фондове. Средствата фактически се набират от всички членове на обществото и най-вече от социалните групи с по-високи доходи. Средствата от бюджета и социалните фондове се ползват само от тези индивиди и домакинства, които имат неотложни потребности от финансови средства и услуги, с цел поддържане на живота и на здравето си. Този принцип обединява обществената солидарност и щедрост на населението към социално слабите лица и социални групи. Принципът на социална солидарност намира израз в подпомагането на бедните от богатите, на болните от здравите и на възрастните от младите. Неговото приложение следва да се разглежда като съществена черта на обществените отношения.

- Сътрудничество между правителство, синдикати и работодатели - за реализирането на този принцип е необходимо съществуването на единна система на социална политика. Чрез него се дава възможност за отстояване на интересите на тази част от населението, която е изпаднала по различни причини в неравностойно социално положение. Чрез тристранното сътрудничество се преодоляват противоречията в трудовите отношения и спорове.

- Принцип на самоотговорност - според някои специалисти благото и щастието на хората се основава на колективната взаимна отговорност. Това може да се реализира само на принципа на всемогъществуването на държавата. Възприемайки по този начин самоотговорността не може да се запази икономическия напредък. Това се определя от презумпцията, че щом всеки намери сигурност в колектива то никой вече няма да поема отговорност сам за себе си. Липсата на конкуренция и на желание да се постигнат по-високи резултати по отношение на качествени или количествени показатели нарушава принципа на самоотговорността. В редица страни този принцип се свързва тясно с индивидуализма. В този аспект Рудолф Клайн твърди че уникалността на социалната политика в Англия се заключава в това, че английският народ обвинява бедните за собствената им бедност. По отношение на САЩ американският социолог Натан Глейзър [1] обяснява същия феномен с други причини. Според него американците са свикнали да разчитат сами на себе си и са изпълнени с решимост да се трудят упорито, за да напреднат в живота си. Като данъкоплатци американците точно пресмятат дали съответните социални програми ще им донесат облаги или загуби. В съвременната социалната политика се приема, че когато отговорността за съдбата на отделния

индивид се преотстъпва на държавата или на колектива не може да се формира чувство за сигурност. Човекът се превръща в „крепостен поданик“ на всесилната държава, която играе роля на опекун и парализира икономическия прогрес.

- Принцип на разделната отговорност - той се въвежда през 80^{-те} години в Англия от М. Татчер и във Франция от Митеран, където чрез мерките за приватизация се постига този принцип. Разделната отговорност се отнася и до солидарността между поколенията и тяхната самоотговорност.

- Принцип на централизация и децентрализация в социалната политика - в страните на западна Европа силната централизирана държавна политика след 80^{-те} години все повече започва да се съчетава с принципа на децентрализацията. Той се изразява в засилването на социалните функции на общините, фирмите, предприятията и на другите свободно формирани общности. Този завой в социалната политика може да се обясни със стремението на държавата да се разтовари от многобройните функции с които се е ангажирала. По този начин държавата може да се освободи от държавните дефицити и от непосилните разходи по издръжката на тежкия и огромен държавен апарат. Освен това според Нейтън Глейзър „груповите различия представляват бариера за създаването на единна национална система“. Социалната политика трябва да съдейства за запазването на общината и на нейните функции. Още преди Втората световна война през 30^{-те} години от предложената от Рузвелт национална система за социално осигуряване се приема само онази част, която се отнася до Националната и унифицирана система за пенсионно осигуряване. Останалите клонове на социално осигуряване, както и системата на социалните грижи се уреждат с местни закони и решения на отделните щати на общините, на неправителствените и частни сдружения с благотворителна цел. Като причина за тези факти може да се посочи:

- страх от силна държавна власт;
- опасност от бюрократизиране на обществените институции;
- необходимост от съобразяване с разнообразните ценностни системи и най-вече с малцинствените групи.

- Субсидиращ принцип. При класическия либерализъм този принцип се свежда до частен алтруизъм, морален дълг, религиозно изискване и др. и то без никакви задължения от държавата. Неолиберализмът признава необходимостта от държавна намеса, но само там и дотолкова, доколкото хората не са в състояние по обективни причини да достигнат онова жизнено равнище, което не позволява да изпаднат от пределите на обществото. Особено внимание се обръща на превантивните мерки като средство за стимулиране на личната инициатива в социалната област. При Егалитаризма - субсидиращия принцип се основава на високи данъци и централизирано преразпределение на богатата. Такава социална политика е от полза за чиновниците и бюрократите. Според Милтън Фридман „Всеки път когато държавата субсидира предприятие или регион, то средствата за това се вземат от останалите хора“.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Социалната политика на дадена държава е съвкупност от специфични дейности, които целят да регулират социалните отношения между различни по своето социално положение субекти. Този подход към изясняването на социалната политика, разглежда социалната политика като дейност за регулиране на отношенията на равенство или неравенство в обществото. Той дава възможност да се търсят неравенства в икономическите позиции на индивидите във връзка със собствеността, труда и условията за труд, разпределението на доходите и потреблението, социалното осигуряване и здравеопазването, да се търсят източниците за тези неравенства и тяхната социална оправданост или неоправданост.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] The Limits of Social Policy Cambridge, Mass. Harvard University Press, 1988.
- [2] Терзиев, В., Георгиев, М. Социалната икономика и европейският социален модел. // Сборник доклади от научна конференция „Актуални проблеми на сигурността“ 25-26 октомври 2018 г., Научно направление „Социални и правни аспекти на сигурността и отбраната“, НВУ „Васил Левски“, Велико Търново, България, 4, 2018, стр. 114-137, ISSN 2367-7465.
- [3] Terziev, V., Georgiev, M. A strategic framework for the development of social entrepreneurship in Bulgaria. // Knowledge – International Journal, August 2018, Institute of Knowledge Management, Skopje, Macedonia, 25, 2018, N1, pp. 23-34, ISSN 1857-923X (for e-version), ISSN 2545 – 4439 (for printed version).
- [4] Terziev, V., Georgiev, M. Support for the development of social entrepreneurship in Bulgaria. // Knowledge – International Journal, September 2018, Institute of Knowledge Management, Skopje, Macedonia, 26, 2018, N1, pp.57-74, ISSN 1857-923X (for e-version), ISSN 2545 – 4439 (for printed version).

- [5] Терзиев, В., Георгиев, М. Характеристики на системата за социално подпомагане. // Сборник доклади от годишна университетска научна конференция 14-15 юни 2018 г., Електронно издание, НБУ Васил Левски- Велико Търново, Велико Търново, 2018, стр. 959-969, ISBN 978-619-7246-20-9 (online e-book), ISSN 2367-7481.
- [6] Терзиев, В., Георгиев, М. Социална защита на уязвимите групи от населението в България. // Сборник доклади от годишна университетска научна конференция 14-15 юни 2018 г., Електронно издание, НБУ Васил Левски- Велико Търново, Велико Търново, 2018, стр. 970-975, ISBN 978-619-7246-20-9 (online e-book), ISSN 2367-7481.
- [7] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Modern dimensions of social policies. // International journal scientific papers Vol 23.4 Promoted in Budva, Montenegro 24-27.05.2018, IKM - Skopje, 23, 2018, N 4, pp. 935-944, ISSN 1857-923X (for e-version) ISSN 2545- 4439 (for printed version).
- [8] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Social support as part of social policy. // International journal scientific papers Vol 23.4 Promoted in Budva, Montenegro 24-27.05.2018, IKM - Skopje, 23, 2018, N 4, pp. 973-980, ISSN 1857-923X (for e-version) ISSN 2545 - 4439 (for printed version).
- [9] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Structure of the social welfare system in Bulgaria. // International journal scientific papers Vol 23.4 Promoted in Budva, Montenegro 24-27.05.2018, IKM - Skopje, 23, 2018, N 4, pp. 1275-1281, ISSN 1857-923X (for e-version) ISSN 2545 - 4439 (for printed version).

SOCIAL POLICY DEVELOPMENT AT THE BEGINNING OF 21ST CENTURY

Venelin Terziev

Full Member of the Russian Academy of Natural History,
Professor, Eng., D.Sc. (National Security), D.Sc. (Economics), D.Sc. (Social Activities), Ph.D.,
Russian Academy of Natural History, Moscow, Russia
Vasil Levski National Military University, Veliko Tarnovo, Bulgaria
University of Rousse, Rousse, Bulgaria, terziev@skmat.com

Preslava Dimitrova

National Military University, Veliko Tarnovo, Bulgaria, preslavatrendafilova@gmail.com

Abstract: The social policy of a country is a set of specific activities aimed at regulating the social relations between different in their social status subjects. This approach to clarifying social policy is also called functional and essentially addresses social policy as an activity to regulate the relationship of equality or inequality in society. It provides an opportunity to look for inequalities in the economic positions of individuals in relation to ownership, labor and working conditions, distribution of income and consumption, social security and health, to look for the sources of these inequalities and their social justification or undue application.

The modern state takes on social functions that seek to regulate imbalances, to protect weak social positions and prevent the disintegration of the social system. It regulates the processes in society by harmonizing interests and opposing marginalization. Every modern country develops social activities that reflect the specifics of a particular society, correspond to its economic, political and cultural status. They are the result of political decisions aimed at directing and regulating the process of adaptation of the national society to the transformations of the market environment. Social policy is at the heart of the development and governance of each country. Despite the fact that too many factors and problems affect it, it largely determines the physical and mental state of the population as well as the relationships and interrelationships between people. On the other hand, social policy allows for a more global study and solving of vital social problems of civil society. On the basis of the programs and actions of political parties and state bodies, the guidelines for the development of society are outlined. Social policy should be seen as an activity to regulate the relationship of equality or inequality between different individuals and social groups in society. Its importance is determined by the possibility of establishing on the basis of the complex approach: the economic positions of the different social groups and individuals, by determining the differences between them in terms of income, consumption, working conditions, health, etc. ; to explain the causes of inequality; to look for concrete and specific measures to overcome the emerging social disparities.

Keywords: development, social entrepreneurship, social policy.

РАЗВИТИЕ НА СОЦИАЛНАТА ПОЛИТИКА В НАЧАЛОТО НА 21-ВИ ВЕК

Венелин Терзиев

действителен член на Руската академия по естествознание, професор,
доктор на икономическите науки, доктор на военните науки, доктор на науките Социални
дейности, Русенски университет „Ангел Кънчев”, Русе, България
Национален военен университет „Васил Левски”, Велико Търново, България
Руска академия по естествознание, Москва, Русия, terziev@skmat.com

Преслава Димитрова

Национален военен университет „Васил Левски“ - Велико Търново, България
preslavatrendafilova@gmail.com

Резюме: Социалната политика на дадена държава е съвкупност от специфични дейности, които целят да регулират социалните отношения между различни по своето социално положение субекти. Този подход към изясняването на социалната политика, разглежда социалната политика като дейност за регулиране на отношенията на равенство или неравенство в обществото. Той дава възможност да се търсят неравенства в икономическите позиции на индивидите във връзка със собствеността, труда и условията за труд,

разпределението на доходите и потреблението, социалното осигуряване и здравеопазването, да се търсят източниците за тези неравенства и тяхната социална оправданост или неоправданост.

Съвременната държава поема социални функции, чрез които се стреми да регулира дисбалансите, да защитава слабите социални позиции и да не позволява разпадането на обществената система. Тя регулира процесите в обществото, като хармонизира интересите и се противопоставя на маргинализацията. Всяка модерна държава развива социални дейности, които отразяват особеностите на конкретното общество, съответстват на неговото икономическо, политическо и културно състояние. Плод са на политически решения, целящи да насочват и регулират процеса на адаптация на националното общество към трансформациите на пазарната среда. Социалната политика стои в основата на развитието и управлението на всяка страна. Независимо от това, че върху нея оказват влияние твърде голям брой фактори и проблеми, то тя до голяма степен определя физическото и психичното състояние на населението, както и взаимоотношенията и взаимовръзките между хората. От друга страна, социалната политика дава възможност за по-глобално изучаване и решаване на жизнено важни социални проблеми на гражданското общество. На базата на програмите и действията на политическите партии и на държавните органи се очертават насоките за развитие на обществото. Социалната политика следва да се разглежда като дейност за регулиране отношенията на равенство или неравенство между различните индивиди и социални групи в обществото. Нейното значение се определя от възможността на базата на комплексния подход да се установят: икономически позиции на различните социални групи и индивиди, като се определят различията между тях по отношение на доходи, потребление, условия на труд, здравеопазване и др; да се разкрият причините за неравенството; да се търсят конкретни и специфични мерки за преодоляване на възникналите социални различия.

Ключови думи: развитие, социалното предприемачество, социална политика.

ВЪВЕДЕНИЕ

С оглед сравнително младото членство на България в Европейския съюз е необходимо по-подробното разглеждане на общите характеристики и тенденции на промени при социалните дейности в развитите европейски страни. Може да се предположи, че изграждането на общото европейско пространство не е свързано с ликвидирането на исторически създадените национални системи за социална защита, а по-скоро с тяхното запазване при признаване на различията. Националните системи едновременно се приближават и различават като националните социални институции са изложени на действието на общоевропейските политики и се опитват да посрещат очакванията на обществото като предлагат социални дейности според стандартите си.

Страните членки на ЕС полагат усилия да синхронизират политиките си в социалната сфера. Те предприемат реформи в социалната област на основата на ограничаване на социалните права. Както посочва Тимонен „глобализацията не води до сближаване, а по-скоро различните държави споделят обща траектория на ограничаване на социалните права” [1]. Всички те в различна степен са под влияние на неолибералните идеи. Преструктурират социалните си системи в рамките на политиката на задържане на разходите, ефикасност и достъпност. Според Доминели „социалната дейност в един постмодерен свят се характеризира с фрагментирана доставка на услуги чрез специализиране и договаряне” и още „днешните промени са резултат от международната конкуренция, която изисква от правителствата да се дистанцират от осигуряването на благосъстояние. В настоящия момент социалната дейност е локализирана в областта, в която се пресичат глобалните икономически сили, общоевропейските политически интереси и местните национални нужди” [2].

Реформите в страните от ЕС целят системите за социална защита да подпомагат хората да водят независим живот като запазват активността си в обществото, проявявайки индивидуална отговорност при поддържане и повишаване на жизнения си стандарт. Обществените институции се оттеглят от различни традиционни зони на сигурност и мястото им се заема от пазара. Въведените промени са в отговор на предизвикателствата, породени от интернационализацията на капитала и глобализацията на пазарите; ограниченията, наложени поради дефицит на националните бюджети и ниският ръст на производителността в публичния сектор; високата структурна безработица; демографските промени, засегнали силно възрастовата и семейна структура; миграцията.

Страните от ЕС реагират като развиват в държавния сектор пазарно ориентирани стратегии, предоставят помощи и услуги, ориентирани към потребителите, наблягат на изхода отколкото на входа на системата за социално подпомагане. Възприетите решенията са в рамките на схемите „повече пазар - по-малко държава” и „повече доброволно - по-малко професионално” ангажиране.

Балансирането на интересите на нуждаещите се, държавата и данъкоплатците, в тези условия е не лека задача особено като се има в предвид, че от една страна клиентите очакват да получат адекватна за потребността си помощ, от друга - държавната агенция финансира услугата и търси ефективно и трайно решение на проблема, а от трета - данъкоплатците очакват, че избраните мерки са възможно най-евтините. Все по-трудно социалните служби работят с гражданите при взаимно договорени, а не при пазарни условия.

В началото на XXI^{ви} век социалните дейности и политики в развитите европейски страни имат някои общи характеристики [6-13]:

СОЦИАЛНА ПОМОЩ

През 80^{-те} и 90^{-те} години на XX^{-ти} век са проведени мероприятия за опростяване и по-добра насоченост на действащите системи за социално подпомагане. Опростяването се изразява във въвеждане на базисни нива на помощите и добавки към тях за определени категории от населението - самотни родители, деца и липа с увреждания. Селективността цели насочване на помощите към най-нуждаещите се. По този начин помощ получават само индивиди, които попадат в дадена целева категория и са бедни. Реформите в системите за социална помощ целят ограничаване на социалните трансфери, както по отношение на броя на бенефициентите, така и по отношение на размера на плащанията. Прилагат се различни технологични варианти. Те засягат следните области:

- *Условия за достъп.* Необходимото условие, осигуряващо достъп до социална помощ е дохода. Използват се множество методики за изчисляването му. Възприетата методика непосредствено очертава клиентелата. В условията на финансова рестрикция обикновено се прибегва до занижаване на критичния доход и свиване на клиентелата. Поставят се и редица допълнителни условия като трудов статус, семейно положение, възраст и др., които ограничават достъпа до програмата.

- *Вид на помощта.* Помощите могат да се предоставят в пари или в натура. При паричните трансфери бедният има свободата сам да определя потреблението си. При натуралните помощи (парични помощи с определена цел) потреблението на нуждаещия се определя от програмата (целева помощ за наем на жилище, целева помощ за плащане на данък върху недвижими имоти и др.) Целевите помощи са значително по-рестриktivни към жизнения стандартна бедния.

- *Изисквания към поведението на подпомаганото лице.* Помощите могат да бъдат безусловни, но все по-често се прибегва до изисквания за препоръчително поведение към клиента. Пример в това отношение е прилаганата във Великобритания програма „От социална помощ към осигуряване на заетост”. Тя стартира в началото на 1998 година и предлага субсидирана заетост. Насочена е към групи от населението, които имат сериозни проблеми с намирането на работа. Това са младите хора на възраст от 18 до 25 години, самотните родители, продължително безработните и инвалидите. Схемата не е доброволна и при отказ от участие в нея, лицата губят правото си на социална помощ. По подобен начин е организирана и прилаганата в Холандия още от 1991 година програма за ресоциализация. Тя обвързва получаването на социална помощ с участие в различни корекционно-поведенчески програми. Предявяването на изисквания към поведението на клиента цели да го дисциплинира и да активизира икономическата му активност.

- *Управление на програмата за социална помощ.* Технологиите на програмата може да се определят от централната власт или от местните власти. Обикновено има възприети национални стандарти, гарантирани от държавата. Липсата на такива и децентрализацията в управлението водят до силна диференциация на придобивките и до увеличаване на регионалното неравенство сред бедните.

СОЦИАЛНИ УСЛУГИ

Персоналните социални услуги са предназначени да задоволяват потребностите от социална грижа на определени групи от обществото - деца в нужда, възрастни хора, хора с психични проблеми, лица с умствена изостаналост и инвалиди. Услугите се предлагат от местните власти, благотворителни и частни организации. Държавната намеса в тази област се осъществява от местните агенции за социални услуги. Социалната грижа се реализира пол формата на: домашна грижа (клиентът е посещаван в дома си); дневна грижа (клиентът посещава заведение за определена част от деня или за целия ден); пансионатен тип грижа (клиентът напуска дома си, живее в заведение и получава грижа там). За Великобритания около 80% от общия обем грижа, получавана от лицата със специални нужди е от първия тип, около 15% е от втория и едва 3.5% от третия. Подобно е положението и при други развити европейски страни.

Държавните социални служби играят стратегическа роля в предлагането на социални услуги. Те се явяват както директни доставчици, така и координатори, а в някои страни и купувачи на социални услуги. Наблюдава се тясно сътрудничество между тях и здравните служби, свързано е изграждането на

интегрирана система за дългосрочна грижа. Това рефлектира върху модела на обслужване на лицата със специални нужди. Те са подпомагани, за да оцелеят в обичайната си среда и едва при изчерпване на всички възможности за това са настанявани в институция. Така например основните потребители на пансионатен тип грижа са възрастните хора над 85 години. Средният им престой в институция е около 2.5 години. Редуцирането на гериатричните легла в болниците налага нарастване на леглата в сестрински домове или в общежития за стари хора, като само в Шотландия от 5 000 през 1987г. те достигат 20 000 през 1997г. [3]. При клиенти с физически увреждания, психически проблеми и умствена изостаналост усилията са насочени към интегрирането им в общността. Те получават предимно домашна и дневна грижа. Така например по данни от 2002г. за Шотландия около 60000 души от тези категории са обхванати от домашна грижа, като най-голям е броя на лицата с физически увреждания. Те съставляват 90% от обслужваните. Дневна грижа получават около 12000 души от посочените категории, като най-голям е броя на лицата с умствена изостаналост. Те са 70% от потребителите на този тип грижа [4].

Допускат се различни възможности за участие на частни предприемачи и неправителствени организации с идеална цел в сферата на социалните услуги. Приватизацията и децентрализацията цели както спестяване на пари на данъкоплатеца, така и освобождаване на държавата от някои аспекти на социалните услуги. Въвеждат се такси за социалните услуги. Често таксите се субсидират от държавата.

Новите условия налагат доставчиците на услуги да бъдат по-ефективни и да подобряват услугите, ако желаят да оцелеят на пазара. Подобряването на услугите има три аспекта, които характеризират промяната в предлагането на персоналните социални услуги:

- *въвеждане на комплексно оценяване на здравните и социални потребности*, детерминирано от това какво е нужно, а не от това какво е достъпно.

- *управление на грижите* - главните приоритети на мениджмънта в социалната сфера са ефективност, икономия, ефикасност. Свързани са с увеличаване на заетостта на персонала и в същото време с редуциране на бюджетите на местните социални служби. Управленските решения се търсят в рамките на все по-разнообразни социални услуги, с по-добро качество, при по-строги критерии за достъп до обществено финансираните услуги, прецизно оценяване на индивидуалните потребности и съобразяване е ресурсите.

- *включване на потребителя* - привличане на потребителя на социални услуги и на неговите близки при оценяване на потребностите, отчитане на желанията им и винаги когато е възможно включване във вземането на решения, свързани с грижите за тях. Предоставяне на потребителя възможност за избор както по отношение на наличните услуги, така в рамките на самата услуга.

Възможностите за смесена икономика в сферата на социалните услуги налагат въвеждането на стандарти за социални грижи. Те са разработени от позициите на потребителите на персонални социални услуги и съдържат описание на това, което всяко лице трябва да очаква от доставчика на съответната услуга. Фокусирани са върху качеството на живот, което потребителя на услугата действително получава. Стандартите са подчинени на принципите на уважение, зачитане на личното достойнство, уединение, избор, безопасност, равенство и разнообразие.

СОЦИАЛНА РАБОТА

В последните години отговорността на социалната работа и на социалните работници в Европейските страни нараства. Колкото по-индустриално развита е една страна, толкова повече социални работници се използват в системите за социално подпомагане. Държавите възприели либерален режим на социална регулация (Великобритания) въвеждат дерегулация и приватизация в социалната сфера. Заетостта в тази област нараства за сметка на ниско платени работни места и почасова заетост. Голяма част от местата са субсидирани. Германия, както и останалите страни с консервативен режим на социалнополитическа регулация продължават да разчитат на щедри помощи, свързани със заетостта и доходите. Социалните услуги не са се разраснали, има далеч по-малко разкрити работни места. Благотворителните асоциации са основните доставчици на социални услуги. Те осигуряват така нар. „безплатна социална работа”. Под това понятие се разбира всеки вид социална подкрепа, предлагана свободно и с идеална цел, по начин определен от организацията. Асоциациите имат свободата да постигат собствени цели, за разлика от държавните агенции свързани с общественото осигуряване. Около 75% от всички социални услуги в Германия се извършват от благотворителните асоциации [5]. Страните, придържащи се към социалнодемократичен модел на социална регулация продължават да поддържат идеята за равенство и солидарност, въпреки че ограничават средствата отпускани за социално подпомагане. Преобладава общественото предлагане на социални услуги. Заетите в тази сфера се радват на добро заплащане.

Въпреки различията в статуса на социалния работник в развитите европейски страни, той е висококвалифициран и ангажиран с дейности, подпомагащи клиента в ежедневието и осигуряващи включването му в обществото. Социалният работник е все по-малко ангажиран с пряко обгрижване на клиента и все повече с управление на процеса на предоставяне на грижата или помощта.

Развитието на социалната работа в Европейските страни е свързано със следните ограничения:

- *нарастващото обществено недоверие към социалната работа.* То налага процеса на социална работа да става все по-прозрачен както за клиента, така и за финансиращата агенция. Това ще рече идентифициране на всички компоненти на извършваните услуги и плащания; ясно дефиниране на целите, задачите и обектите на интервенция; супервизия на процеса на социална работа.

- *разумно използване на обществените средства.* Това ограничение е свързано с повишаване на ефективността на социалната работа. Постига се чрез: оценка на потребностите на клиента, с цел да се установи оправдана ли е намесата на социалния работник във всеки индивидуален случай; поемане на отговорност от клиента да сътрудничи в процеса; разработване на план за помощ, който е резултат на съгласуваните усилия на социалния работник и клиента. Планът е под формата на договор за формално гарантиране на задължението на клиента да участва в процеса, като се търси максимизиране на възможностите и способността му за социална промяна и лична отговорност.

- *постигане на позитивни резултати в реални срокове.* Социалната работа се ориентира към реални, достижими за клиента цели в рамките на разумни периоди от времето като се отчитат способностите му и влиянието на средата. Значението ѝ се определя не само по изхода, но и по качеството на намеса. Това изисква установяване на стандарти за качество и възприемане на мерки по управление качеството на процеса на социална работа.

- *намаляване на разходите чрез делегиране на определени дейности на помощник-специалисти или доброволци.*

Сравнителният анализ на социалните дейности в страните от ЕС показва, че развитието на социалните дейности е повлияно от нарастващата несигурност на пазара на труда; високото ниво на безработица; поляризацията на доходите; прогресивното застаряване на населението; увеличаването на дисфункционалните семейства в резултат на безработицата и разводите; намаляването на хората, които в домашни условия полагат грижи за близък със специални нужди, като все повече жени излизат от тази категория и се включват в пазара на труда; реструктурирането на здравните системи и ограничаването на разходите за здравни услуги. Нараства фрагментацията на общностите като всяка общност се стреми да задоволи специфичните си потребности като изисква все повече правомощия, трансфери и услуги. Гражданските сдружения и организации играят активна роля в този процес. „Новите” потребителите ясно формулират своите искания за повече права, достъп до информация и по-високо качество на услугите.

Търсенето на социални дейности нараства като се наблюдава разрастване на персоналните социални услуги и по-високи очаквания към качеството им. Налага се интегриран подход на работа на социалните служби със здравните и образователни институции, полицията.

Съществуващите различия в търсенето на социални дейности на регионално ниво налагат централизиран подход в управлението на големите програми за поддържане на доходите и децентрализиран подход в предлагането на социални услуги, основан на насоченост към определени групи; локализация на обслужването; по-голяма отговорност от страна на местните общности и власти; по-строга оценка на квалификационните условия и по-голям контрол върху ефективността.

Страните от ЕС се стремят към ефективност на социалните дейности като прилагат три групи стратегии:

- *Намаляване на разходите* - ограничаване на социалните трансфери чрез по добра насоченост, целеви групи и въвеждане на програми „от социална помощ към заетост”; пренасочване на хората към услуги предлагани в общността и към семейството; пренасочване на услуги от здравния сектор към социалния.

- *Промяна в управлението* - възприемане на национални стандарти, гарантирани от държавата; разделяне на продавачи и купувачи; въвеждане на договорното начало при предоставянето на услуги; приватизация на публичния сектор и изграждане на системи за продължаващо професионално обучение с цел актуализиране и разширяване на квалификацията на социалния работник.

- *Промяна във финансирането* - въвеждане на такси за социални услуги; увеличаване на таксите за потребителите; финансиране чрез трансфери от страна на публичния сектор - социално осигуряване и други обществени фондове, субсидии от Европейския съюз; пренасочване на услуги към неправителствения сектор.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Stepney, P. Ford, D. Social Work, Models. Methods and Theories, pp.5, 1998.
- [2] Dominelli, L. Deprofessionalising Social Work, pp.157, 1996.
- [3] English, J. Social Services in Scotland, 1998.
- [4] Social Work Services, Annual report – 2006, SWSI.
- [5] Ad. Adams&co, Fundamental og social Work in Selected European Countries, 2006.
- [6] Терзиев, В., Георгиев, М. Социалната икономика и европейският социален модел. // Сборник доклади от научна конференция „Актуални проблеми на сигурността” 25-26 октомври 2018 г., Научно направление „Социални и правни аспекти на сигурността и отбраната”, НБУ „Васил Левски”, Велико Търново, България, 4, 2018, стр. 114-137, ISSN 2367-7465.
- [7] Terziev, V., Georgiev, M. A strategic framework for the development of social entrepreneurship in Bulgaria. // Knowledge – International Journal, August 2018, Institute of Knowledge Management, Skopje, Macedonia, 25, 2018, N1, pp. 23-34, ISSN 1857-923X (for e-version), ISSN 2545 – 4439 (for printed version).
- [8] Terziev, V., Georgiev, M. Support for the development of social entrepreneurship in Bulgaria. // Knowledge – International Journal, September 2018, Institute of Knowledge Management, Skopje, Macedonia, 26, 2018, N1, pp.57-74, ISSN 1857-923X (for e-version), ISSN 2545 – 4439 (for printed version).
- [9] Терзиев, В., Георгиев, М. Характеристики на системата за социално подпомагане. // Сборник доклади от годишна университетска научна конференция 14-15 юни 2018 г., Електронно издание, НБУ Васил Левски- Велико Търново, Велико Търново, 2018, стр. 959-969, ISBN 978-619-7246-20-9 (online e-book), ISSN 2367-7481.
- [10] Терзиев, В., Георгиев, М. Социална защита на уязвимите групи от населението в България. // Сборник доклади от годишна университетска научна конференция 14-15 юни 2018 г., Електронно издание, НБУ Васил Левски- Велико Търново, Велико Търново, 2018, стр. 970-975, ISBN 978-619-7246-20-9 (online e-book), ISSN 2367-7481.
- [11] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Modern dimensions of social policies. // International journal scientific papers Vol 23.4 Promoted in Budva, Montenegro 24-27.05.2018, ИКМ - Skopje, 23, 2018, N 4, pp. 935-944, ISSN 1857-923X (for e-version) ISSN 2545- 4439 (for printed version).
- [12] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Social support as part of social policy. // International journal scientific papers Vol 23.4 Promoted in Budva, Montenegro 24-27.05.2018, ИКМ - Skopje, 23, 2018, N 4, pp. 973-980, ISSN 1857-923X (for e-version) ISSN 2545 - 4439 (for printed version).
- [13] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Structure of the social welfare system in Bulgaria. // International journal scientific papers Vol 23.4 Promoted in Budva, Montenegro 24-27.05.2018, ИКМ - Skopje, 23, 2018, N 4, pp. 1275-1281, ISSN 1857-923X (for e-version) ISSN 2545 - 4439 (for printed version).

IMPROVING THE EFFICIENCY AND COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATIONS IN THE APPLICATION OF BENCHMARKING

Milena Tepavicharova

Higher School of security and economy - Plovdiv, Bulgaria m_ivanova_zlatanova@abv.bg

Abstract: Benchmarking is one of the best management tools to determine whether a certain organization performs effectively specific functions and activities. It enables managers to identify best practices, prioritize opportunities for improvement, enhance labor productivity. This is why benchmarking is used in many organizations as a tool to increase efficiency and gain competitive advantage.

The purpose of this article is to outline the importance of benchmarking as a tool for increasing the efficiency and competitiveness of the modern organizations.

Summarizing the most frequently described benefits of benchmarking in the scientific sources, we can bring them down to:

- Increase of efficiency - Identifying best practices and setting high goals increase the efficiency of the organization outright (*directly*). At the same time, benchmarking helps organizations understand their strengths and weaknesses in terms of their competitors and focus their efforts on meeting their real needs. This is the *indirect* link between benchmarking and the increased efficiency of the organization.

- Enhancing the competitive position – Benchmarking expands the perspectives of the companies and increases their competitiveness by improving their position vis-à-vis competitors. At the same time it increases the level of competition by creating restrictions for organizations which do not reach a competitive level.

- Improvement of the learning ability and the introduction of changes - Benchmarking is not limited to measuring effectiveness and competitiveness. True "perfect" organizations use benchmarking as a technique and catalyst for change, as a learning process, not just as a report showing results.

- Improving organizational culture - In the long run, the greatest benefit from applying benchmarking is the positive effect on organizational culture.

- Benefits for the benchmark organization - Through the practical recognition of benchmarking as a base for comparison between best practices, the benchmark organization gains an additional competitive advantage and strengthens its market position.

Aiming at the best possible use of benchmarking techniques, the senior management of a benchmarker organization should be aware not only of the expected benefits but also of the mistakes which prevent the achievement of optimal results. The most common are: the irrational alignment of benchmarking techniques with the organization's strategy; when confusing the benchmarking concept with participation in a survey; when those responsible for applying benchmarking seek to identify and use historical evaluations; when customer satisfaction is ignored; selection of an object with difficult to measure specifics; inadequate determination of the reference point for the comparison application; when the benchmarking partner organization is selected without a comprehensive research; when the Code of Conduct is not complied with or there is no agreement between the benchmarking organizations.

Keywords: benchmarking, organizations, best practices, efficiency, competitiveness

INTRODUCTION

Not a few business organizations are looking for innovative ways to improve efficiency and maintain a competitive advantage. This requires the development of various techniques to improve their operations. In this sense, benchmarking becomes a tool for improvement of the organizations' productivity and competitiveness. It is seen as a process by which organizations evaluate their products, services and practices against those of their direct competitors or organizations recognized as leaders in their industry.

Benchmarking is one of the best management tools to determine whether a certain organization performs effectively specific functions and activities. It enables managers to identify best practices, prioritize opportunities for improvement, enhance labor productivity. This is why benchmarking is used in many organizations as a tool to increase efficiency and gain competitive advantage.

The purpose of this article is to outline the importance of benchmarking as a tool for increasing the efficiency and competitiveness of the modern organizations.

PRECONDITIONS FOR APPLYING EFFECTIVE BENCHMARKING

In any systematic attempt to increase efficiency and competitiveness, an organization must meet certain conditions in order to gain more benefits. The prerequisites for this are the following¹⁰¹:

- Supporting the program by the senior management in order to make it accessible to employees and users of the organization and comprehended by them;
- Active participation and appropriate training of the team members and staff involved in the implementation of the benchmarking project;
- The focus of the program aimed at fully satisfying customer needs;
- Application of benchmarking techniques for gaining competitive advantage and enhancing efficiency through improvements;
- Adaptation of benchmarking projects to specific strategies;
- Putting realistic goals;
- Choosing an appropriate benchmarking partner;
- Availability of appropriate resources in the form of time, money and necessary materials;
- Adhering to the hierarchy of the process (design, analysis, execution and review);
- Sequence in creating an organizational culture of the staff, facilitating continuous improvement and customer satisfaction;
- Recognition of the organizational culture as a factor in performing the necessary changes in the most appropriate way;
- Application of appropriate performance evaluation methods.

The participants in the benchmarking process can be considered as shareholders, as each, individually or as a team, contribute to the improvement of the organization. Effective benchmarking management in an organization requires project managers to balance between the conflicting interests of the participants. As such, the following are defined:

- ✓ **The senior management of the organization** - Should provide support to the benchmarking team, as well as reward the efforts in delivering positive results from the actions.
- ✓ **The functional manager and the people involved in the benchmarking process** - They contribute to the improvements and include: the functional manager, the unit managers, the personnel involved in the procedure and the operators directly involved in the process.
- ✓ **Team Leader (Coordinator)** - It is the main engine in the improvement process. Its role can be fulfilled with a different management style, depending on the team.
- ✓ **Mediator or so-called Facilitator** - There is a need for a person who knows the methods and techniques of benchmarking to play an active part in the process of the various improvement activities, to be a catalyst for success. Essentially, this is the role of a coach.
- ✓ **Team members** - they participate with their knowledge and experience in different functions.
- ✓ **External collaborator** - plays an important role by providing basic sources for internal measurements.

EXPECTED BENEFITS OF BENCHMARKING

The results and benefits that the organizations expect from benchmarking apply to the different aspects of organizational functioning. According to *Zairi* (1994), benchmarking can greatly increase efficiency in an organization. This is possible with the introduction of relatively rapid changes leading to perfection. *Yasin & Zimmerer* (1995) reached such a conclusion. They combine the potential benefits of successful implementation and integration of benchmarking into overall organizational activity and culture, gaining competitive advantage, increasing profitability and survival of the organization.

The literature sources also state¹⁰² that benchmarking can be successfully applied:

- to increase productivity;
- to create a strategy to tackle competition;
- to create realistic goals;
- to promote "learning" among employees and their motivation;

¹⁰¹Davies, A.J., A.K. Kochhar, (1999), "Why British companies don't do effective benchmarking", In: *Integrated Manufacturing Systems*, Vol. 10, No 1, pp 26-32

¹⁰² Camp, R.C. (1989), "Benchmarking. The Search for Industry Best Practices That Lead to Superior Performance", Milwaukee, Wisconsin: ASQC Quality Press.

- to develop new ideas from sources outside the organization;
- to realistically assess and improve efficiency;
- to continuously improve different areas of the organization.

According to *Brah et al* (2000), the main benefits which can be derived from benchmarking are limited to: *customer satisfaction, improved delivery times, and increased reliability of operations*. Concomitantly, these benefits are positively related to the success rate of individual applications.

By analyzing the factors influencing the expected benefits, *Jarrar & Zairi* (2001) conclude that it is essential to understand the concept of benchmarking within the company and to apply appropriate methodology. Similarly, the opinion of *Andersen* (1999) also summarizes that the expected benefits of benchmarking for the organization can hardly be predicted due to the specificity of each case.

Codling (1998) divides the expected benefits to:

- a) *tangible* – they present the main reasons for applying benchmarking and address the directly visible effects such as: improving profitability, saving resources, improving the efficiency of operations, etc.
- b) *intangible* - usually felt before economic improvements are identified and are factors related to culture and the working environment, as well as improved communication, knowledge transfer, training, innovation, acceptance of foreign opinion, etc.

Summarizing the most frequently described benefits of benchmarking in the scientific sources, we can bring them down to:

➤ **Increase of efficiency**

One of the most substantial benefits of benchmarking is improving or increasing the efficiency in the organization. The positive relationship between effectiveness and benchmarking is found in the study of *Voss et al* (1997). They describe the presence of both *direct* and *indirect* links between them. Identifying best practices and setting high goals increase the efficiency of the organization outright (*directly*). At the same time, benchmarking helps organizations understand their strengths and weaknesses in terms of their competitors and focus their efforts on meeting their real needs. This is the *indirect* link between benchmarking and the increased efficiency of the organization. *Voss et al* corroborate empirically the positive relationship between benchmarking and improved organizational effectiveness in an organization. *St-Pierre & Delisle* (2006) also reached this conclusion in their study on the impact of benchmarking on the operational and financial performance of small and medium-sized organizations. This study confirms the exceptional utility of benchmarking as a *tool to increase efficiency*.

➤ **Enhancing the competitive position**

Benchmarking expands the perspectives of the companies and increases their competitiveness by improving their position vis-à-vis competitors. At the same time it increases the level of competition by creating restrictions for organizations which do not reach a competitive level. For organizations that aspire to world-class production, benchmarking shows what needs to be done and how it can be achieved. *Codling* (1998) notes that benchmarking can be used as a technique for acquiring and maintaining a competitive advantage as the goal is to improve and increase performance indicators over competitors. He emphasizes that benchmarking is not a "*passive exercise*" but a "*positive activation*".

➤ **Improvement of the learning ability and the introduction of changes**

Benchmarking is not limited to measuring effectiveness and competitiveness. *Garvin* (1991) argues that true "perfect" organizations use benchmarking as a technique and catalyst for change, as a learning process, not just as a report showing results. It is the tool which helps organizations move from "*continuous improvement*" to "*continuous learning*".

➤ **Enhancing the competitive position**

Benchmarking expands the perspectives of the companies and increases their competitiveness by improving their position vis-à-vis competitors. At the same time it increases the level of competition by creating restrictions for organizations which do not reach a competitive level. For organizations that aspire to world-class production, benchmarking shows what needs to be done and how it can be achieved. *Codling* (1998) notes that benchmarking can be used as a technique for acquiring and maintaining a competitive advantage as the goal is to improve and increase performance indicators over competitors. He emphasizes that benchmarking is not a "*passive exercise*" but a "*positive activation*".

➤ **Improvement of the learning ability and the introduction of changes**

Benchmarking is not limited to measuring effectiveness and competitiveness. *Garvin* (1991) argues that true "perfect" organizations use benchmarking as a technique and catalyst for change, as a learning process, not just as a report showing results. It is the tool which helps organizations move from "*continuous improvement*" to "*continuous learning*".

➤ **Improving organizational culture**

In the long run, the greatest benefit from applying benchmarking is the positive effect on organizational culture. The organization, which has decided to apply benchmarking, undergoes a major change in the way of thinking, freeing itself from the notion of individuality and the "we are different" syndrome. *Camp* (1989) even states that the most difficult part of benchmarking for a company is to realize that some other organizations are likely to do the same thing better than them. Focusing on the search for best practices to improve processes, benchmarking limits the traditional approach to look for fault. This leads to an improvement in the organizational culture of the employees and staff, as well as to smoothing of the communication between them. On the other hand, *Codling* (1998) argues that by applying benchmarking and improving the interaction between processes, strategy and culture, the organizations gain a new perspective through which their competitive advantage can be significantly improved.

➤ **Benefits for the benchmark organization**

From their practical experience, *Tucker et al* (1987) found that the benefits of benchmarking are not only for the companies looking for improvement but also for the benchmark organizations. As an example, they point to the result of benchmarking in *Xerox* with the benchmark company *L.L.Bean*. As a consequence to the high results achieved, *L.L.Bean* introduced benchmarking as a practice in their own work schedule. This creates a mutual exchange of information, supporting the idea that knowledge and innovation can also be shared outside the organization. Thus, through the practical recognition of benchmarking as a base for comparison between best practices, the benchmark organization gains an additional competitive advantage and strengthens its market position.

The technological progress transformed communications and opened up a new information world based on innovative technologies. Every organization has access to cheap internet, which ensures benchmarking with easy access to databases, services and greater opportunities. For example: online surveys, virtual shared interest groups, best practice information resources, and social contact sites to connect with potential benchmark partners.

A wide variety of resources are available to support benchmarking such as:

- *Benchmark Index* - provided by *Winning Moves* - UK and *IPK Fraunhofer* - Germany, which compares the performance across a wide range of indicators in many countries;
- *BOND* - provided by *MPC* - Malaysia - compares productivity and best practices for Malaysian organizations;
- *Asia Benchmarking Network* - Provided by *IPC* - Iran, which provides for comparison the financial performance and the high level of indicators for Iranian organizations;
- *Best Company to Work For* - provided by *Team One Consulting* - Saudi Arabia for evaluating human resources management in Saudi Arabia;
- *Online Assessment Tool* - provided by *Best Prax Club* - India for evaluation and best practices for organizations in India.

These resources are very appropriate for organizations that want and need access to best practices and expert advice and opinions but do not have the necessary conditions for full-scale benchmarking projects.

The Business Improvement Performance Resource (BIPR) developed by *Center for Organizational Excellence Research (COER)* is a large repository containing databases with thousands of performance parameters, self-assessment tools and best practices covering almost every aspect of the business. This resource enables the users to search for "best practices" from the perspective of different business models of excellence (*EFQM Excellence Model, Baldrige Excellence Framework, Singapore Quality Award, and Canadian Framework for Business Excellence*)

RESTRICTIONS AND ERRORS IN THE APPLICATION OF BENCHMARKING

In order to avoid possible mistakes in benchmarking, the senior management must comply with certain constraints that arise when applying benchmarking:

- *The size of the organization and the level of performance it has achieved*

According to the research conducted by *Ernst & Young* in 1992, benchmarking can be more easily implemented by large organizations. They have the means and opportunities to recruit qualified staff capable of conducting in-depth analyzes and formulating useful suggestions. This is essential in the application of benchmarking techniques.

For the organizations which have already reached a high level of competitiveness, it is easier to adapt best practices from the industry they belong to.

- *The need to understand the system relationships which are created in the network of all business processes of an organization.*

It is common practice to choose processes which are considered the most critical in the industry and to compare with those of high performance organizations, usually non-competitive. After collecting the necessary data, the identification of the performance-critical gaps should follow. Based on this, design for an action plan follows, which to introduce changes to achieve higher productivity. Particular attention should be paid here to the way in which the chosen improvement process is linked and interacts with other processes in the organization. The smooth running of processes leads to increased efficiency and competitive advantage.

- *Introducing innovations and improvements in ongoing processes to gain competitive advantage.*

In recent years, there is an even more recurrent trend originating from small and unknown to the broader business environment organizations, of revolutionary alterations which transform the new economy. They often bring innovative changes to an industry by contributing to the emergence of new markets, shape out a new definition of competition, and are able to change irreversibly the economic sphere.

Aiming at the best possible use of benchmarking techniques, the senior management of a benchmarker organization should be aware not only of the expected benefits but also of the mistakes which prevent the achievement of optimal results. The most common are:

- *The irrational alignment of benchmarking techniques with the organization's strategy*

It is often noticed that an object or area which is not related or is in full contrast to any of the priorities defined by the organization is selected as an object of benchmarking. In such a situation, the responsibility is entirely borne by the benchmarking team, which needs to take corrective action.

- *When confusing the benchmarking concept with participation in a survey*

Applying benchmarking implies an evaluation of an active process which exists for a certain period of time and there are clear data on its effectiveness and resources. When an organization starts implementing a new process, selecting it from other organizations is not benchmarking, but research.

- *When those responsible for applying benchmarking seek to identify and use historical evaluations*

It is illogical for an organization to measure its effectiveness on old metrics or predefined standards, as there are a number of elements which distinguish it from other organizations. These are, for example, corporate culture, customers, the market segment, the industry to which it belongs, the resources available, etc. Successful benchmarking can only be guaranteed when selecting the right partners and making efforts to achieve high efficiency.

- *When customer satisfaction is ignored*

There are numerous cases with organizations, in which the use of benchmarking techniques have become so inelastic in the cost of their products or services, that they have ignored customer requirements. As a result, they have lost a significant part of their market share. It is advisable that management should follow a balanced benchmarking approach to metrics development.

- *Selection of an object with difficult to measure specifics*

For instance, communication between employees.

- *Inadequate determination of the reference point for the comparison application*

- *When the benchmarking partner organization is selected without a comprehensive research*

• *When the Code of Conduct is not complied with or there is no agreement between the benchmarking organizations.*

CONCLUSION

On the basis of all the above, the following main features of benchmarking can be identified:

- Benchmarking is a flexible, continuous, systematized and perfectly structured multi-faceted technique for measuring and comparative analysis of products, services and practices to those of the organizations recognized as "best";

- The main objective of benchmarking is the search for and identification of "best practices".

- By adopting "best practices", the organization undergoes correction or elimination of productivity gaps in order to achieve high efficiency and competitiveness.

- Benchmarking is a tool for continuous improvement, a tool for assessing and enhancing efficiency and competitiveness, a goal-setting process, a method of acquiring knowledge and creative analysis of information, a tool for innovation and creativity, as well as a means for understanding the organization and its functions

- Benchmarking is a process of identifying of the critical success factors, a factor for change, and a process-based approach to management.

LITERATURE

- [1] APQC (2004), „Benchmarking Code of Conduct: guidelines and ethics for benchmarker”, APQC / електронен достъп:<http://www.apqc.org>
- [2] Arrowsmith, J., Sisson, K., Marginson, P. (2004) “What can “benchmarking offer the open method of coordination?”, In: Journal of European Public Policy, Vol. 11, No 2, pp 311-328
- [3] Bauer, K. (2004), “KPIs- the metric that drive performance management“, In: DM Review, September 2004, p.63-64 / електронен достъп :
 - a. <http://management.about.com/cs/generalmanagement/a/keyperfindic.htm>
- [4] Bencheva N., M. Tepavicharova, (2016), “Benchmarking opportunities to achieve organizational excellence”, In: Scientific journal “Economics and finance”, Science and practice, Thorpe-Bowker, Melbourne, Australia, pp. 38 – 41
- [5] Brown, D., (2002), ”Benchmarking should be more than cliché”, In: Canadian Hr Report, 15(19), 3-6
- [6] Davies, A.J., A.K. Kochhar, (2002), “Manufacturing best practice and performance studies: a critique”, In: International Journal of Operations and Production Management, Vol. 22, No 3, pp 289-305
- [7] Deros, B.M., S.M. Yusof, M.A., Salleh, (2006), “A benchmarking implementation framework for automotive manufacturing SMEs”, In: Benchmarking: An International Journal, Vol. 13, No 4, pp 396-430
- [8] Ellis, R.A., R.R. Moore, (2006), “Learning through benchmarking: Developing a relational prospective approach to benchmarking ICT in learning and teaching”, In: Higher Education, No51, pp 351-371
- [9] Kyrö, Paula & Kulmala, Juhani (2004), “The Roots and the Content of Benchmarking” / електронен достъп: <https://metodix.net/2014/05/19/kyro-the-roots-and-the-content-of-benchmarking/>
- [10] Maire, J.L., V. Bronet, M. Pillet, (2005), “A typology of “best practices” for a benchmarking process”, In: Benchmarking: An International Journal, Vol. 12, No 1, pp 45-60
- [11] Ramabadran, R., J.W. Jr. Dean, J.R. Evans, A.S. Raturi, (2004), “Testing the Relationship between Team and Partner Characteristics and Cooperative Benchmarking Outcomes”, In: IEEE Transactions on Engineering Management, Vol. 51, No 2, pp 208-225
- [12] Ribeiro, L.M.M., J.A.S. Cabral, (2006), “A benchmarking methodology for metal casting industry”, In: Benchmarking: An International Journal, Vol. 13, Nos 1/2, pp 23-35
- [13] Stich, V., M. Weidemann, A. Sennheiser, K. Glaubitt, M. Schnetzler, (2005), “Performance Measurement”, In: Virtual Organizations: Systems and Practices, ed. L.M. Cmarinha-Matos, H. Afsarmanesh, M. Ollus, Springer, Boston, USA
- [14] St-Pierre, J., S. Delisle, (2006), “An expert diagnosis system for the benchmarking of SMEs’ performance”, In: Benchmarking: An International Journal, Vol. 13, Nos 1/2, pp 106-119
- [15] Tepavicharova, M., (2016), “Possibilities of benchmarking for measuring the effectiveness of the human resources management in the organization”, In: KNOWLEDGE, International Journal Scientific papers, Vol.15, Bansko, Bulgaria, p. 549 – 554
- [16] Tepavicharova, M., (2016), “Benchmarking as a tools to increase efficiency and competitiveness of the organizations”, In: Scientific journal “Economics and finance”, №12 - 2016, Dnepropetrovsk, Ukraine, p. 134 – 139
- [17] Trimble, D., (2006), “Benchmarking - Uncovering Best Practices and Learning from Others”, In: Retrieved September 4, from BRP
- [18] Zairi M. & J. Whymark, (2000), “The transfer of best practices: how to build a culture of benchmarking and continuous learning“ part 1, In: Benchmarking: An International Journal, Vol. 7, No. 1, 2000, pp. 62-78, MCB University.

THE OPPORTUNITIES OF GAMIFICATION IN BUSINESS PLANNING TRAINING

Borislav Borissov

D. A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov, Bulgaria, b.borissov@uni-svishtov.bg

Abstract: The attitude of society towards education change due to changes in the needs for education, shifts of young people's attitudes and preferences, the dynamism of life, the demand for “ad hoc” learning that saves time and practical applicability of the acquired knowledge, and the pursuit of quick professional realization. This means that the conventional training methods should either be modified or replaced with new methods that would meet these requirements. Such a new method is the gamification – an educational approach to learning by using video game design and game elements. Its goal is to maximize enjoyment and engagement through capturing the interest of learners and inspiring them to continue learning. This paper investigates some of the most popular types of computer games whose logical structures can be used to develop training games. Gamification is compared with the case-study approach in terms of automated computing, student feedback throughout the training process, changes that may be made in the course of the game to create new situations to which trainees are required to respond, achievement rate feedback, gradual increase of the game difficulty level by setting increasingly difficult tasks. The comparison clearly outlines the advantages of the new approach, viz. greater learners’ enjoyment of the learning content, improved engagement and more active participation in the learning process. The paper presents six models of computer games that can be used for training in the field of business planning in both secondary and higher schools (forecasting a company's market share, organizing production at minimal cost, profit maximization, risk mitigation, sales and output planning, and optimization of return on equity.) Each game is described in terms of the input data that should be provided to the participants at the beginning of the game, parameters that will be changed in the course of the game, restrictive conditions, and the role of the player/trainee.

Keywords: gamification, business planning, training methods

ВЪЗМОЖНОСТИТЕ НА ИГРОВИЗАЦИЯТА ЗА ОБУЧЕНИЕТО ПО БИЗНЕС ПЛАНИРАНЕ**Борислав Борисов**

Стопанска академия “Д. А. Ценов”, b.borissov@uni-svishtov.bg

Резюме: Отношението на обществото към образованието се променя поради промени в образователните потребности, нагласите на младите хора и техните предпочитания, динамизирането на живота, желанието за „учене в ход“ без загуба на излишно време, търсенето на практическа ползност от всяко знание и стремежа към бърза професионална реализация. Това налага традиционните методи за обучение да се модифицират или на тяхно място да дойдат нови методи, по-адекватни на новите изисквания. Такъв метод е игровизацията (gamefication), разбирана като използване на игрови подходи в обучението. Той по-добре мотивира обучаемите за активно участие в образователния процес, стимулира ги към постигане на определени цели, ангажира вниманието им и ги обвързва емоционално с учебното съдържание. В доклада се разглеждат някои от най-популярните типове компютърни игри, чиято логическа постройка може да бъде използвана при разработването на обучителни игри. Очертани са особеностите на игровизация в обучението в сравнение с решаването на казуси, които се свеждат най-общо до автоматизираните изчисления, обратната връзка с обучаемия в хода на цялата игра, настъпването на промени в хода на играта, създаващи нови ситуации, на които той трябва да отговори, получаването на обратна връзка за степента на успеваемост, постепенното усложняване на играта чрез поставянето на все по-трудни задачи. На този фон изпъкват и предимствата на метода, състоящи се в по-добра емоционална обвързаност на обучаемия с учебното съдържание, по-голямо ангажиране на вниманието и по-активно участие в образователния процес. Представени са шест възможни варианта за разработване на компютърни игри, използвани за обучението по бизнес планиране в средното и във висшето образование, свързани с прогнозиране на пазарния дял на фирмата, организиране на производството при минимални разходи, максимизиране на печалбата, минимизиране на риска, планиране на продажбите и осигуряване на бърза възвръщаемост на собствения капитал. За всяка една игра са посочени какви данни трябва да се предоставят на участниците като изходни

условия, кои параметри ще се променят в хода на играта, кои са ограничителните условия и каква е ролята на играча/обучаемия.

Keywords: игровизация, бизнес планиране, методи за обучение

1. УВОД

Понятието „игровизация“ (gamefication) навлезе в широка употреба, но възможностите на този нов образователен подход за обучение в различни области на знанието все още не са достатъчно разяснени, още по-малко – внедрени. Тук няма да се спираме на определенията за същността на понятията и термините, свързани с игровизацията, тъй като ги смятаме за достатъчно познати и общоприети, макар и отделни автори да внасят по някой свой щрих при тяхното тълкуване. Целта на настоящия доклад е да разкрием истинските възможности на този образователен подход, неговите предимства и недостатъци.

Основанията да се търси играта в образователния процес са много. Очевидно е все по-голямото динамизиране на живота като цяло и в частност на оня отрязък от време, което хората отделят за своето образование. Колкото повече те напредват образователното си развитие, толкова повече динамиката се засилва. В горните степени на образованието – професионално, бакалавърско и магистърско, целта на това „занимание“ става все по-ясна, а тя е придобиване на знания и умения, които в максимална степен да подготвят обучаемите към условията на професионалната им реализация. Както посочва Хр. Танушев „понятието „игра“ е по-скоро метафора. Ситуациите от реалния живот се представят като игра, като взаимодействие“ (Танушев, 2017). Това, че образованието трябва да съответства на изпълняваните в реалния живот функции е първото основание за прилагане на метода на игровизацията в образователния процес.

В съвременния свят достъпа до информация максимално е улеснен. Да се предават в университета знания, които човек така или иначе лесно може да получи от други източници е безсмислено занимание. Използването на образователни методи като лекции, презентации и др. моноактивни средства намалява интереса към образователния процес като цяло. Чрез игровизацията се дава възможност обучаемият да се включи активно в процеса на обучение, да изпитва положителна емоция и удовлетворение при асимилиране на новото знание и по този начин по-бързо и по-трайно да го запомни. Това е второто основание за използването на игровизацията в обучението.

Мотивирането на студентите за добро усвояване на знанията при традиционните форми на обучение се основава на системата на оценяване чрез полагане на изпити. Игрите имат психологически ефект, който мотивира играещия да продължава напред до достигане на набелязаната или зададената цел. Освен изискване за запомняне, обучаемите се ангажират и с други задължения като изследване, прилагане на иновативност, продуктивност, комуникативност и организираност, способност за работа под напрежение и в условията на динамична среда. Те допълнително мотивират обучаемия за активно участие в образователния процес.

Добри възможности за прилагането на игровизацията в образователния процес предлагат съвременните информационно-комуникационни технологии. Новите дигитални услуги променят живота ни с бързи темпове и образованието безспорно е сред най-засегнатите сфери от този процес. През последните години редица университети в България и в други страни въведоха дистанционно обучение. С навлизането на мобилните образователни приложения, както и на нови технологии като виртуалната реалност, възможностите за електронно, вкл. дистанционно онлайн и офлайн обучение още повече се увеличават.

2. ТИПОВЕ КОМПЮТЪРНИ ИГРИ

Кои са най-популярните групи компютърни игри, които инспирират прилагането на игровия подход в обучението:

1. Игри от типа „Избери подходяща стратегия“. Това са игри, в които потребителят управлява икономически, военни или други ресурси и/или умения за да ги използва за постигане на крайната цел, която може да бъде политическа, икономическа, военна или друга. Често срещани сред този тип игри са икономически или исторически симулации. Стратегическите игри от своя страна могат да бъдат разделени на:
 - походни стратегии (като Heroes of Might and Magic, Disciples 2), в които играчът има определено време (или момент), през което да управлява ресурсите си, наречено ход, след което ход се предоставя на опонента на играча (друг човек или компютърно управляем противник) и така докато се изредят всички страни и дойде пак ред на първия играч.
 - реално-времеви стратегии (Warcraft, Empire Earth II), при които играчът управлява ресурсите си непрекъснато, паралелно с опонентите си;

2. Игри от типа „Изиграй ролята“. Това са игри, в която играчът приема дадена роля с индивидуални характеристики и умения, които се развиват и обновяват (Diablo II, Neverwinter Nights,(W.O.W)-World of Warcraft). Основната характеристика на тези игри е развитието - играчът претърпява огромна промяна от началото на играта до края - било то нарастването на силата му, придобиването на нови умения, придобиването на нови ресурси. Специфичното за тези игри е наличието на задачи (quests), които играчите трябва да изпълняват и които им носят определени точки опит на базата на който героите качват нива. Много от ролевите игри, които са базирани на системата за настолни полеви игри Dungeons & Dragons, и представлява набор от правила за развитието на героите, както и уменията, които те могат да придобият в съответствие с натрупания опит;
3. Игри от типа „Намери съкровището“. Играчът трябва да реши дадена задача като постигне определен резултат – откриването на ценности, спечелването на пари, завладяването на пазари и др.;
4. Игри от типа „Минимизирай загубите“. При тези игри същественото е да се постигне даден резултат с минимални средства (парични, човешки, времеви или други);
5. Игри от типа „Осигури си допълнителни животи“. При тях целта е играчът да се задържи най-дълго време на дадена позиция (пазар, конкурентен статус), като успее да привлече допълнителни средства над първоначално разполагаемите;
6. Игри от типа „Премини на следващо ниво“. Следващото ниво може да бъде по-трудна задача, носеща повече точки, по-висока административна позиция, даваща по-големи правомощия, по-добра конкурентна позиция или друго;
7. Ситуационни игри. При тях се описва някаква предварителна ситуация, която постоянно се променя, което изисква промяна и на поведението на играчите, в т.ч. на използваните от тях инструменти, подходи, средства и пр. за изпълнение на поставената задача.

Макар и близки като методи за обучение, решаването на казуси и игровизацията са доста различни. Разлика между е представена на следващата таблица:

Таблица 1. Разлика между решаването на казуси и игровизацията на обучението

Основни параметри на казусите и на обучаващата игра	Казус	Игра
Задаване на предварителни условия на играта (задачите за изпълнение)	X	X
Задаване на ограничителни условия на играта (задачите за изпълнение)	X	X
Ръчни изчисления	X	
Автоматични изчисления		X
Подаване на междинна информация в хода на играта (задачите за изпълнение)		X
Промени в условията в хода на играта (задачите за изпълнение)		X
Постепенно усложняване и преминаване на по-високи нива		X
Получаване на обратна информация в хода на играта (задачите за изпълнение)		X
Емоционална обвързаност на играча/обучаемия	ниска	висока
Ангажиране на вниманието	ниско	високо
Активно участие в образователния процес	средно	високо

3. ИГРОВИЗАЦИЯ ПРИ РЕШАВАНЕТО НА ПЛАНОВИ ЗАДАЧИ

Игровизацията успешно може да бъде прилагана в обучението по бизнес планиране, тъй като планирането се свързва с вземането на решения за бъдещето, които могат да бъдат повече или по-малко ефективни, а това предполага широка дименсия на възможните варианти за развитие. По-долу са представени някои възможни варианти за създаване на игри, свързани с решаването на различни практически задачи в различни променящи се ситуации при разработването на бизнес планове. Всяка игра трябва да има някакви изходни

данни и описание на конкретна ситуация, както и променливи величини, които ще изменят своите стойности и по този начин ще създават различни ситуации, с които играчът/обучаемият трябва да се съобразява. Съществуват и ограничителни условия, които той трябва да спазва.

1. Игри за прогнозиране на пазарния дял на фирмата в зависимост от пазарния потенциал за реализиране на определен вид продукти или услуги в динамична конкурентна среда

Исходни данни: Вид на продукта или услугата, съществуващ пазарен дял, конкуренти, производствен капацитет и пазарен дял на конкурентите, клиенти, доходи на клиентите, коефициент на еластичност на продажбите в зависимост от доходите на клиентите.

Променливи величини: Доходи на клиентите, промени в предпочитанията на клиентите, конкуренти, пазарен дял на конкурентите, бъдещи намерения на конкурентите, заместители.

Ограничителни условия: Производствен капацитет на фирмата, максимална цена на продуктите и услугите.

Същност на играта: Обучаемият трябва да прогнозира на какъв пазарен дял може да разчита фирмата в динамична среда, детерминирана от промени в доходите на клиентите, броя и пазарния дял на конкурентите, намеренията на конкурентите, появата на заместители на продукти и услуги. Решенията се получават при зададени алгоритми за еластичността на продажбите от доходите, екстраполация на доходите, оценки на силните и слабите страни на конкурентите, Гар анализ на фирмата, SWOT анализ и др.

2. Игри за организация на производството при минимални разходи

Исходни данни: Производствен потенциал на фирмата, средно списъчен брой на персонала по категории, счетоводен баланс, отчет за приходите и разходите, доставчици и разходи за доставка, необходими допълнителни инвестиции,

Променливи величини: Цени на суровини и материали, условия за доставка, средна минимална работна заплата, цена на заемния капитал (лихви), цени на допълнително необходимите активи, технологии, необходим персонал за обслужване на нови технологични линии.

Ограничителни условия: Минимален брой на персонала по категории, количество суровини и материали за единица изделие (разходни норми), разходи за осигуровки, амортизационни норми.

Същност на играта: Обучаемият трябва така да организира производството, че да минимизира разходите за единица продукт или услуга, при променящи се външни условия. Изчисленията се правят на базата на кривата на производството, показваща при какъв обем на производството отделните видове разходи са най-малки. Предизвикателството пред играча се състои в това, че отделните видове разходи се минимизират при различни обеми на производството и той трябва да реши какъв да е този обем. Освен това той трябва да търси скрити възможности за намаляване на отделните разходи, чрез промени в амортизационната политика, погасителния план на кредитите, броя и заплащането на работниците, начина на организиране на доставките и др.

3. Игри за максимизиране на печалбата

Исходни данни: Отчет за приходите и разходите за последната приключила финансова година и счетоводен баланс, разбивка на разходите по видове, разбивка на приходите по видове.

Променливи величини: Материални разходи, разходи за персонала, финансови разходи, амортизационни отчисления, разходи за придобиване на ДМА, други разходи, нетни приходи от продажби, единични цени, брой продажби и др.

Ограничителни условия: Капацитетни възможности за производство или предоставянето на услуги.

Същност на играта: Флукуациите на стойностите на променливите величини създават различни ситуации, при които играчът/обучаемият трябва да взема различни решения за увеличаване на печалбата, в т.ч. чрез промени в начините на доставка, на самите доставчици, на структурата на капитала, на амортизационната политика, на цените, на обема на продажбите и др.

4. Игри за минимизиране на риска

Исходни данни: Макроикономически показатели – БВП, инфлация, средна брутна работна заплата и осигуровки, лихвени равнища, валутни курсове, отчет за приходите и разходите за последната финансова година, счетоводен баланс.

Променливи величини: Динамика на БВП, промени в индекса на инфлация, средната брутна работна заплата и осигуровките, лихвените равнища, клиентските предпочитания, валутните курсове, нормативната база, конкуренцията.

Ограничителни условия: Минимален брой на работниците, минимален и максимален обем на продажбите, изискване за положителен финансов резултат.

Същност на играта: В хода на играта се създават различни рискови ситуации, породени от неблагоприятни промени в стойностите на променливите величини. Играчът/обучаемият трябва да реагира адекватно като предприеме различни мерки за избягване на рисковете, за противодействие на рисковете, за минимизиране на рисковете и за хеджиране. За тази цел той трябва да извърши анализ на рисковите ситуации, да оцени рисковете и да предложи подходящи антирискови стратегии.

Игри за планиране продажбите

Изходни данни: Продажби по видове и пазари, разходи за продажби по видове и пазари

Променливи величини: Сезонност в продажбите, промени в обемите на продажбите и разходите по видове продукти и по пазари.

Ограничителни условия: Максимален обем на продажбите, максимални разходи за маркетинг, изискване за положителен финансов резултат.

Същност на играта: Играчът/обучаемият трябва да направи анализ на печалбата, която му носят отделните продукти, продавани на различните пазари и да избере стратегии за всеки един целеви пазар като напр. промяна на дистрибуционните средства, навлизане на нови пазари, изтегляне от непечеливши пазари, промени в обемите и цените на отделните продукти, предлагани на отделните пазари и др.п. Чрез анализ на жизнения цикъл на отделните продукти трябва да избере подходяща стратегия за всеки един от тях. Анализира се и корелационната зависимост на продажбите от такива фактори като доходи, цени, валутни курсове. Използвани методи – продуктово-пазарен анализ, метод ВСГ, метод на декомпозицията, метод на корелацията. Условието се променя в хода на играта и обучаемият трябва да реагира адекватно на всяка нова ситуация.

6. Игри за осигуряване на най-бърза възвръщаемост на собствения капитал

Изходни данни: Счетоводен баланс, основни показатели за структура на капитала, отчет за приходите и разходите за последната финансова година.

Променливи величини: Необходими допълнителни производствени мощности, цени на допълнителното оборудване, цена на заемния капитал.

Ограничителни условия: Изискване за положителен финансов резултат.

Същност на играта: При тази игра обучаемият започва дейността с определено количество собствен и заеман капитал, които му носят някаква възвръщаемост, която не е удовлетворителна. Налага се и внедряването на нови производствени мощности поради морално и физическо изхабяване на старите. Той трябва да направи анализ и да определи колко допълнителни мощности са му необходими, да избере доставчик на новите ДМА при наличие на няколко оферти, да избере източник на финансиране на новите инвестиции, при това да преследва минимален срок на възвръщаемост и изискването за положителен финансов резултат. Условието се променя в хода на играта, като се променят лихвите по кредитите, цените на облигациите и акциите, валутните курсове и др.

Могат да се конструират и други задачи, свързани с разработването на един бизнес план. При реалното създаване на игра, свързана с разработване на част или на завършен бизнес план е необходимо привличането като на специалисти по планиране, така и на специалисти в областта на компютърното програмиране. Важно условие е наличието на необходимата информационно-комуникационна инфраструктура – сървъри, компютри, компютърни мрежи, специализиран софтуер. Работата по създаването на игри за обучение е значителна, но ползите от тях са очевидни и дълготрайни.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Иванова, Ан. и др. Ролята на иновационните образователни технологии и дидактически модели за адаптиране на образователната система към дигиталното поколение (из опита на Русенския университет). Русе, 2017.
- [2] Смилкова, Д. Игровизацията и новите технологии променят образованието според ВУЗФ. http://computerworld.bg/48914_igrovizaciyata_i_novite_tehnologii_promenyat_obrazovaniето_spored_vuzf.
- [3] Танушев. Хр. Игровизация в маркетинга. Доклад на конференция „Маркетингът - опит и перспективи (Marketing - Experience and Perspectives)“, Варна, 2017, с. 155-167.
- [4] Bartle, RA (1990b). Interactive Multi-Player Computer Games. MUSE Ltd, Colchester, Essex, UK, 1990. <ftp://ftp.lambda.moo.mud.org/pub/MOO/papers/mudreport.txt>.
- [5] Salen, K., & Zimmerman, E. (2003). Rules of Play: Game Design Fundamentals. The MIT Press, p.80.
- [6] <https://www.nit.bg/services/gamification>.
- [7] http://www.standartnews.com/balgariya-obrazovanie/pet_neshta_koito_shte_promenyat_obrazovaniето-319592.html.

COMMUNICABLE COMPETENCE AND MANAGEMENT OF CONFLICTS IN THE HEALTH MANAGER'S ACTIVITY

Nikola Georgiev

Medical University - Sofia, Faculty of Public Health, Sofia, Bulgaria, nrgeorgiev@abv.bg

Abstract: Every organization in which people interact has potential for conflict. Health institutions include many interacting groups and teams that can be a source of conflict. In most cases the root of all problems lie in a broken or bad communication. A classic option for a conflict situation is the lack of feedback between the superiors /managers/ and the inferiors /executives/. When there is no dialogue between the levels in the hierarchy, solving even a minor conflict is really a difficult task. There are still not many health organizations in our country where there is an awareness of the enormous role of the proper implementation of the internal communications in order to achieve efficiency. The failure of a constructive tackling of conflicts destroys relationships rather more than their existence. This fact shows the need for preventive measures and clever conflict management. Own studies among 313 healthcare managers and 1171 health professionals from the hospital care in Bulgaria indicate the needful behavioral competencies necessary for the effective implementation of the managerial functions at operational and team level in healthcare practice.

Methods used: documentary method - national and European documents have been studied; survey method - direct survey; semi-structured interview; statistical methods. The results show that on the first place, among the leadership skills, respondents put communicative skills, followed by skills to plan, set targets and set up a team. Leadership in the work of the health manager is a responsibility that involves developing and directing the full potential of people, teams and organizations. An important part of this process is the ability to resolve conflicts. The management style of the manager determines to a great extent how the problems will be solved (or deepened). Their timely and effective resolution is essential for improving the microclimate in the health care facility and achieving higher results. Conflict behavior is a result of the personal attitude and the requirements of the situation. Styles are a reflection of personal beliefs, values, and motives that form conflict behavior in a certain, sequential direction.

An effective health manager is able to use varied approaches according to differences and to choose a specific approach based on the diagnostic self-knowledge and understanding of the factors he faces. The successful conflict management techniques are based on the importance of communication, persistent dialogue, disciplinary measures and control. There is no doubt that the success of the health manager and the medical establishment depends on such personal qualities as: communication skills, motivation, personal responsibility, leadership, trusting relationships. The more effective internal communications, the more successful the organization itself is. An effective approach to reducing conflicts in the organization - both interpersonal and intergroup - is the building of a unique culture at the healthcare institution that facilitates the development of naturally occurring processes and affirms the ethical side of behavior and communication.

Keywords: communicative competence, conflict culture, health manager, healthcare

**КОМУНИКАТИВНА КОМПЕТЕНТНОСТ И УПРАВЛЕНИЕ НА КОНФЛИКТИ
В ДЕЙНОСТТА НА ЗДРАВНИЯ МЕНИДЖЪР****Никола Георгиев**

Медицински университет – София, Факултет по обществено здраве, nrgeorgiev@abv.bg

Резюме: Всяка организация, в която хората си взаимодействат, притежава потенциал за конфликт. Здравните институции включват много взаимодействащи си групи и екипи, които могат да бъдат източник на конфликти. В повечето случаи в основата на всички проблеми стои нарушената комуникация. Класически вариант за възникване на конфликтна ситуация е липсата на обратна връзка между висшестоящите /ръководители/ и низшестоящите /изпълнители/. Когато липсва диалог между нивата в йерархията, решаването даже на дребен конфликт се оказва наистина трудна задача. Все още не са много здравните организации у нас, в които е осъзната огромната роля на правилното осъществяване на вътрешните комуникации за постигане на ефективност. Неуспехът в конструктивното справяне с конфликтите разрушава взаимоотношенията. Този факт показва необходимостта от превантивни мерки и умело управление на конфликтите. Проведени собствени проучвания сред 313 здравни мениджъри и 1171 здравни

специалисти от болничната помощ в България посочват нужните поведенчески компетентности, необходими за ефективно изпълнение на управленските функции на оперативното и екипно ниво в здравеопазвателната практика. Използвани методи: документален метод – проучени са национални и европейски документи; анкетен метод – пряко анкетно проучване; полуструктурирано интервю; статистически методи. Резултатите показват, че на първо място сред лидерските умения респондентите поставят комуникативните умения, следвани от уменията да се планира, да се определят цели и да се създаде екип. Лидерството в работата на здравния мениджър е отговорност, която включва най-вече развиването и насочването на пълния потенциал на хора, екипи и организации. Важна част от този процес е умението да се разрешават конфликти. Управленският стил на мениджъра определя във висока степен по какъв начин ще се разрешат (или задълбочат) проблемите. Тяхното своевременно и ефективно разрешаване е съществено за подобряване на микроклимата в лечебното заведение и постигане на по-високи резултати. Поведението в конфликта е резултат от личната нагласа и изискванията на ситуацията. Стилът е отражение на личните убеждения, ценностите и мотивите, които формират конфликтно поведение в определена, последователна посока. Ефективният здравен мениджър е способен да използва разнообразни подходи към различията и избира специфичен подход въз основа на диагностичното самопознание и разбиране на факторите, пред които се изправя. Успешните техники за управление на конфликтите се основават на значимостта на комуникацията, настоящия диалог, дисциплинарни мерки и контрол. Няма съмнение, че в значителна степен успехът на здравния мениджър, и респективно на лечебното заведение, зависи от такива персонални качества като: умения за комуникация, мотивация, лична отговорност, лидерство, доверителни отношения. Колкото по-ефективни са вътрешните комуникации, толкова по-успешно се развива самата организация. Ефективен подход към намаляване на конфликтите в организацията - както междуличностните, така и междугруповите - е изграждането на уникална култура в лечебното заведение, която улеснява разгъването на естествено протичащите процеси и утвърждава етичната страна на поведението и общуването.

Ключови думи: комуникативна компетентност, конфликтологична култура, здравен мениджър, здравеопазване

ВЪВЕДЕНИЕ

Динамичната среда, в която се осъществява работата в екип, понякога е свързана с голямо напрежение и стрес. Те могат да предизвикат конфликти, които да се отразят неблагоприятно на съвместната работа. Ето защо, участниците в екипа, и особено лидерът, трябва да отчитат съответните влияния на напрежението, индивидуалния и екипен стрес, за да съхранят екипния дух и екипът да реализира високи резултати. Както знаем, основна цел на общуването е да свързва хората, а не да ги конфронтира, но факторите, предизвикващи конфликтни ситуации, са много и изискват внимание [5, 10, 12]. Можем да кажем, че общуването е фактор на добрата организираност. Чрез него се стремим да постигнем висока степен на координираност на индивидуалните и групови действия, така че съвкупният ефект да бъде оптимален. Комуникативната компетентност включва психологически знания, комуникативни способности, умения и навици, както и свойства на личността, проявяващи се в общуването с другите. Комуникационното поведение на мениджъра допринася за навременно осъществяване на управленските функции. Затова успешният мениджър е свързан до голяма степен с асертивното поведение и комуникативната компетентност на мениджъра - с умението му да общува с колеги, подчинени и ръководители. Управленският стил на мениджъра определя във висока степен по какъв начин ще се разрешат (или задълбочат) проблемите. Тяхното своевременно и ефективно разрешаване е съществено за подобряване на микроклимата и постигане на по-високи резултати [5, 13, 14].

Конфликтите в сферата на здравеопазването имат свое характерно проявление и специфична обусловеност. В най-голяма степен тези конфликти, погледнати през призмата на българската действителност, са детерминирани от коренната промяна на цялостната система на здравеопазване, която се извършва през последните десетилетия в нашата страна [2, 4, 6, 7]. Продължителните реформи, недостатъчната ресурсна обезпеченост, нарастващите изисквания на потребителите за здравна помощ, промените в ролята и взаимоотношенията сред здравния персонал и други причини създават атмосфера на несигурност и условия за възникване на конфликти. Често причина за конфликтите между служителите или между мениджъра и сътрудниците му са неясно формулирани задачи, неправилното им поставяне, смесените задължения. В повечето случаи в основата на всички проблеми стоят нарушените пътища на общуване в организацията. Те възникват под формата на трудовоправни спорове, спорове във връзка с настъпили нежелани събития при оказване на медицинска помощ на пациенти, плащания, конфликти между персонала, вземане на различни решения за клинично поведение и много други. Когато говорим за

организационни причини при възникване на конфликтни ситуации, трябва задължително да споменем и тези, които са свързани със системата на мотивация на работещите в отделните звена на здравеопазната система. Това са проблемите, свързани с професионален статус, с оценка на професионалните изяви, с размер на заплатата и т.н. Особен проблем е конфликтът между членове на екипа. Един от съществените въпроси за всички е как да се справяме с тях [1]. В лечебните заведения се използва все повече ресурс (финансов, времеви, човешки), за да се разрешават възникналите конфликти, което обосновава необходимостта от намиране на успешен модел за управлението им вътре в самата болнична структура. Тези факти обосновават необходимостта от създаване на т.нар. стратегическо отношение към конфликтите [11].

ОБОБЩЕНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ СОБСТВЕНИ ПРОУЧВАНИЯ

В контекста на посочените факти и общи идеи са обосновани цели и задачи на проведени собствени проучвания в областта на организационното поведение сред общо 313 здравни мениджъри и 1171 здравни специалисти от болничната помощ в България [2,3,4,8,9,10]. Изхождаме от разбирането, че неефективното управление на конфликтите повишава стресогеността на работната среда и оказва негативно влияние както върху персонала, така и върху качеството на предоставяните здравни грижи. Важен елемент в тази връзка са комуникативната и конфликтологична компетенции на мениджъра. Недостигът на поведенческа компетентност при управление на човешките ресурси в здравните заведения се проявява в нискоефективна мотивационна комуникация, която е предпоставка за неудовлетвореност на персонала и поява на конфликти. Въз основа на тези проучвания събрахме и анализирахме емпирични данни **относно:**

- ✓ мнението на здравни специалисти от болничната помощ по отношение наличието и вида на конфликтогенните фактори в екипа и в лечебното заведение;
- ✓ прилаганите управленски стилове на преките ръководители на оперативно и екипно ниво;
- ✓ уточняване на връзката стил на ръководство – потенциални конфликти;
- ✓ определяне на мотивационните фактори и взаимозависимостите между отделните аспекти на мотивацията и професионалната удовлетвореност на респондентите;
- ✓ самооценките на респондентите - здравни мениджъри, касаещи собствените им управленски умения за справяне с конфликти и техните образователни потребности в тази област.

На базата на анализираната информация бяха разработени концептуален модел и основните рамки на модулна учебна програма за повишаване на конфликтологичната и комуникативна компетентности на здравния мениджър.

Използвани бяха следните методи: документален метод – проучени са национални и европейски документи, литературни източници; анкетен метод – пряко анкетно проучване; полуструктурирано интервю; експертна оценка по метода Делфи и статистически методи. Настоящата разработка е опит за представяне на обобщени резултати по изследваната тема.

Данните от проучването на факторите и степента на удовлетвореност от работата потвърждават преди всичко недостиг на мениджърски умения за ефективно взаимодействие с персонала, поддържане на адекватна обратна връзка и създаване на подходящ психоемоционален климат в екипа. Оценката на удовлетвореността от аспектите на трудовата дейност се използва, за да се определят факторите, които имат стимулиращо влияние върху ефективността, да се разкрият причините за отсъствията, текучеството. За целта е необходимо да се прояви йерархията на мотивите за труд и т. нар. мотивационно ядро, което формира степента на удовлетвореност от различните аспекти. Без съмнение мотивационната комуникация е сред основните функции в ръководната дейност на мениджъра. От нея могат да се направят и важни изводи за уменията и ролите, свързани с дейността му. Преди да могат да направят да мотивират подчинените, мениджърите трябва да знаят какво “движи” хората и какво могат да направят, за да ги мотивират към постигане на висока ефективност в работата. Това включва както диагностични, така и концептуални умения. Респондентите от двете групи /здравни професионалисти и здравни мениджъри/ посочват като главни потенциални причини за възникване на конфликти в лечебното заведение междуличностните отношения, формалните отношения и прилаганите управленски подходи. Отбелязва се дефицит в познаването и прилагането на подходящи мотивационни комуникационни подходи към персонала и ефективни стратегии за превенция на конфликти. Липсата или неправилната комуникация са водеща причина за възникване на конфликти в изследваните болнични заведения. Тези фактори значително влияят негативно на качеството на здравната услуга. Именно това налага мениджърите да придобиват по-висока социалнопсихологична компетентност и да съобразят стратегията си с потребностите на своите сътрудници. Обикновено, когато системно има липса на информация за отношението на служителите към работното място, за решенията, свързани с работата, морала, промените, заплащането и допълнителните възнаграждения организацията попада в информационен

вакуум. Възможността за обратна връзка се определя като значим мотивационен фактор от много респонденти по няколко причини. Често в работата с пациентите е необходим личен подход, който обаче следва да се съгласува, например, със старшата сестра, с началника на отделението. Освен това, ръководителят често разрешава противоречия и конфликти сред персонала, а чрез обратната връзка се получава информация от участващите страни. Класически вариант за възникване на конфликтна ситуация е липсата на обратна връзка между висшестоящите /ръководители/ и низшестоящите /изпълнители/ звена [5, 14]. Когато липсва диалог между нивата в йерархията, решаването даже на дребен конфликт се оказва наистина трудна задача. Изграждането на добра и устойчива комуникация сред служителите на всички нива е може би една от най-полезните стъпки към постигането на успешен работен процес. Обратната връзка е неразделна част от цялостния процес на работа. Ключов фактор за ефективността на обратната връзка е тя да бъде двупосочна. Необходимо е мениджърите да балансират критиката с похвалата, когато тя е заслужена. Деморализиращо е за служителите да чувстват, че са забелязвани, само когато са направили нещо погрешно.

Данните установяват наличието на конфликтогенни фактори в болничните лечебни заведения, включени в проучването, очертани ясно в следните области: взаимоотношения в екипите, формални отношения, организационна среда и култура.

Анализът на резултатите определя взаимовръзките на прилаганите управленски подходи с резултатността им по отношение на превенцията и ограничаването на конфликтността в тези лечебни заведения за болнична помощ. Данните сочат, че демократичният и либералният стил на управление имат своето предимство – прилагайки ги и усъвършенствайки се в тях здравният мениджър ще съумява успешно да предотвратява и/или да разрешава възникналите конфликти. Оказва се, че демократичният стил не е много успешен за разрешаване на нововъзникващи конфликти в здравното заведение, макар да е по-успешен от всички останали управленски стилове за ограничаване и разрешаване на съществуващи вече конфликти. Управленските подходи, залагащи на авторитарност, се посочват като силни и успешни при решаване на нововъзникнали конфликти. Вероятно това се дължи на организационната култура в здравното заведение и някои от спецификите на работа в него (свързани със стрес и необходимост от спешни действия). Всичко това ни дава възможност да градим нови хипотези за бъдещи изследвания в тази насока. Няма съмнение, че в значителна степен успехът на здравния мениджър, и респективно на лечебното заведение, зависи от такива персонални качества като: умения за комуникация, мотивация, лична отговорност, лидерство, доверителни отношения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изключително динамичното развитие на здравните организации в България поставя нови предизвикателства и принуждава мениджърите да търсят нови решения. Наличието на конфликтогенна среда в лечебните заведения рефлектира негативно върху професионалната удовлетвореност и мотивация като основни характеристики, определящи организационното поведение на персонала и степента на управленска компетентност. Проучването на основните фактори, определящи поведението на човека при изпълнение на професионална дейност дава възможност за предоставяне на ясни и конкретни препоръки, които да повлияят развитието на лечебното заведение в положителна посока, редуцирането на конфликтогенните фактори и намиране на успешен модел за управлението им вътре в самата болнична структура. Необходимо е усилията да се съсредоточат върху предотвратяване на конфликтите, което изисква познаване на конкретните ситуации в практиката. Причините, които водят до сблъсък, могат да съществуват дълго време преди да прераснат в конфликт. Мениджмънтът в болничните заведения ще бъде по-ефективен, когато подпомага екипите да се справят с трудни проблеми, като ги стимулира към повишаване на персоналната комуникативна и конфликтологична компетентности.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Воденичаров, Ц., С.Попова, Медицинска етика, София, ДАК, 2003.
- [2] Георгиев Н., Източници на конфликти в лечебни заведения за болнична помощ и подходи за тяхното разрешаване, Автореферат за присъждане на ОНС „Доктор”, София, 2017.
- [3] Георгиев, Н., Компетентност на здравния мениджър за разрешаване на конфликтни ситуации. В: *КОНТАКТ 2015*, изд. ТЕМТО, ISSN 1313-9134, 166 - 171.
- [4] Георгиев, Н., П.Балканска. Конфликти в болничната помощ и стилове на управление, акад. сп. Управление и образование, том XI (5), ISSN: 13126121, Бургас, 2016, 181-186.
- [5] Димитров, Д. Й., Конфликтология и конфликтологична култура, Алтернативи, кн. 4, 2005.

- [6] Димитров, Д., Управленска компетентност на началник отделенията и старшите сестри, Здравна политика и мениджмънт, 2008, 5, 76-79.
- [7] Стамболова, И., Г. Чанева. Конфликтните ситуации при медицинските специалисти, Здравен мениджмънт, бр.2, 2002
- [8] Balkanska, P., N. Georgiev, K. Popova. Modeling of the core management competencies in the process of training and development of healthcare managers. Trakia Journal of Sciences, 1313-3551 - ISSN TJS(online), 1313-7069 - ISSN TJS: Social sciences, Vol. 8, Suppl. 2, pp 424-428, 2010.
- [9] Balkanska, P., N. Georgiev, Leadership Competence – one of the Challenges for Healthcare Managers. In: „Public Health and Health Care in Creece and Bulgaria – the Challenge of the Cross-border Collaboration”, J.Kyriopoulos ed., Athens, Papazissis Publishers, 2011, 135-142.
- [10] Georgiev, N., Balkanska, P., Approaches to increase the health manager’s competence to resolve conflicts, International Journal KNOWLEDGE In: International Journal Scientific KNOWLEDGE , Skopje, Macedonia, No. 19, ISSN 1857 - 2, 2017.
- [11] http://mariasharkova.com/mediacia-lechebni-zavedenia/#_ftn1
- [12] <http://www.academy-for-leaders.bg/blog/post/83>
- [13] http://www.ngobg.info/bg/documents/49/405handbook_cr_bg.pdf
- [14] <http://www.sideroad.com/Management/how-to-criticize-employees.html>

FINANCIAL ASPECTS OF HEALTH PROTECTION

Slobodan CvetanovićUniversity of Niš, Faculty of Economics, Republic of Serbia, Niš slobodan.cvetanovic@eknfak.ni.ac.rs**Sretko Ribac**High School of Professional Studies in Blace, s.ribac@ymail.com**Danijela Despotović**University of Kragujevac, Faculty of Economics, Republic of Serbia, Kragujevac, ddespotovic@kg.ac.rs

Abstract: In addition to education, health is a basic component of human capital. Until recently the significance of health of the population was not the subject of serious study in economic science. However, in recent research, health is increasingly treated as a factor with long-term effect on economic development. It was concluded that the realisation of various health programmes had pronounced and numerous economic effects. The improvement of health services resulted in reduced mortality rate between the developed and underdeveloped countries, which had effect on economic growth. The health of individuals is reflected in biological, psychological, and social sphere, and their interaction. The more healthy individuals in a society, the easier it is to drive economic development. Thus in the economy of health the “production” of health as an important process in human capital increases. Total health “production” is determined by numerous factors such as available income, property, degree of education, genetic predisposition and level of public health. Besides, many other factors that determine life style of an individual are also important, which influences the creation of health needs like smoking, alcohol and drug consumption etc. These factors have impact on health “production” by using the available financial resources. Here, the possibilities of new technologies to satisfy various needs for health care should also be mentioned, since they are unavoidably connected with the increasing finances. Treatment of health protection as a domain where health is “produced” leads to conclusion that it is possible, in analytical sense, to express the relation between health status (of an individual, certain group of people, or ethnic community) as a result of health protection system and factors that determine that status in the form of production function $Health = F(\text{health protection, other inputs, time})$. This does not refer so much to health industry, aimed at preventing diseases (although it is important as well), but, first and foremost, to prevention and healthy lifestyle (diet, physical activity, finding right measures for each thing, avoiding harmful substances and pollution of the environment). Healthy life, of course, includes sufficient free time and appropriate living standard. Health of labour is particularly affected by healthy diet, healthy working environment, appropriate daily, weekly, and annual breaks, appropriate housing, organized care of employees’ young children, organization of physical and social activities in the company, and the like. In this context, the central problem of health protection system management is how to provide maximum possible level of health status of population with the available finances allocated for health protection. Health economists, logically, cannot directly influence the improvement of health status of the population, but can be useful in increase of efficiency in the use of available finances for health care, i.e. increase the level of health status of the population by using the same amount of finances.

Keywords: human capital, human health, the health status of the population, health care costs, efficiency of health care.

FINANSIJSKI ASPEKTI ZDRAVSTVENE ZAŠTITE**Slobodan Cvetanović**Univerzitet u Nišu, Ekonomski fakultet, Republika Srbija, Niš slobodan.cvetanovic@eknfak.ni.ac.rs**Sretko Ribac**Visoka poslovna škola strukovnih studija u Blacu, Blace s.ribac@ymail.com**Danijela Despotović**Univerzitet u Kragujevcu, Ekonomski fakultet, Kragujevac, ddespotovic@kg.ac.rs

Rezime: Zdravlje je pored obrazovanja, druga osnovna komponenta ljudskog kapitala. Sve do nedavno značaj zdravstvenog stanja stanovništva nije bio predmet ozbiljnijeg proučavanja u ekonomskoj nauci. Međutim, u istraživanjima novijeg datuma, zdravlje ljudi sve se više tretira kao faktor sa dugoročnim dejstvom na ekonomski razvoj. Došlo se do zaključka da je realizacija različitih zdravstvenih programa imala izražene i brojne ekonomske efekte. Poboljšanje kvaliteta zdravstvenih usluga uzrokovalo je smanjenje razlika u stopama mortaliteta između

razvijenih i nerazvijenih zemalja, što se odražavalo na ekonomski rast. Zdravlje pojedinaca ogleda se u biološkoj, psihološkoj i društvenoj sferi i njihovoj interakciji. Što neko društvo ima više zdravih individua, lakše je pokrenuti ekonomski razvoj. Zato se u ekonomiji zdravstva govori o “proizvodnji” zdravlja kao načinu uvećanja ljudskog kapitala. Ukupnu “proizvodnju” zdravlja determinišu brojni činioci poput raspoloživog dohotka, imovine, novoa obrazovanja, genetske predispozicije, nivoa javnog zdravlja. Takođe, od značaja su i mnogi drugi faktori, koji određuju životni stil pojedinaca a koji deluju na oblikovanje zdravstvenih potreba, poput pušenja, konzumiranja alkohola i droga, itd. Ovi faktori deluju na “proizvodnju” zdravlja raspoloživim finansijskim sredstvima. Ovde svakako treba pomenuti i mogućnosti novih tehnologija da zadovolje različite potrebe za zdravstvenom zaštitom, što je neminovno povezano sa sve većim finansijskim sredstvima. Tretirajući zdravstvenu zaštitu kao oblast u kojoj se „proizvodi“ zdravlje, dolazi se do zaljučka da je moguće, u analitičkom smislu, relacije između zdravstvenog stanja (pojedina, određene grupe ljudi, nacionalne zajednice) u smislu rezultata rada sistema zdravstvene zaštite i faktora koji se koriste u cilju dolaženja do tih rezultata, predstaviti u obliku proizvodne funkcije $Zdravlje = F(\text{zdravstvena zaštita, drugi inputi, vreme})$. Tu se ne misli isključivo na zdravstvenu delatnost koja za svrhu ima sprečavanje bolesti (iako je i ona bitna), nego ponajviše na prevenciju i zdrav način života (ishrana, fizička aktivnost, nalaženje prave mere za svaku stvar, izbegavanje konzumiranja štetnih supstanci, očuvanje zdrave životne sredine). Zdrav život podrazumeva i dovoljno slobodnog vremena i primereni životni standard. Zdravlju radne snage naročito doprinosi zdrava ishrana, zdrava životna i radna sredina, primereni dnevni, nedeljni i godišnji odmori, primereno stambeno zbrinjavanje, organizovano zbrinjavanje male dece zaposlenih, organizovanje fizičkih i društvenih aktivnosti u preduzećima i slično. U ovom kontekstu, centralni problem upravljanja sistemom zdravstvene zaštite je kako sa raspoloživim sredstvima namenjenim zdravstvenoj zaštiti obezbediti maksimalno mogući nivo zdravstvenog stanja stanovništva. Zdravstveni ekonomisti razumljivo ne mogu direktno uticati na unapređenje zdravstvenog stanja stanovništva, ali mogu biti od koristi u povećanju efikasnosti korišćenja raspoloživih sredstava za zdravstvenu zaštitu, odnosno povećanju nivoa zdravstvenog stanja stanovništva upotrebom iste sume finansijskih sredstava.

Ključne reči: ljudski kapital, zdravlje ljudi, zdravstveno stanje stanovništva, troškovi zdravstvene zaštite, efikasnost zdravstvene zaštite.

1. UVOD

Inicijatori ideje ljudskog kapitala su A. Smith (podela i specijalizacija rada) K. Marks (uloga nauke i tehnike u proizvodnji), J. S. Mill (količina i kvalitet ljudskih sposobnosti za rad), J. Šumpeter (rekombinacija znanja u inovacioni proces kao faktor ekonomskog rasta)¹⁰³. Po Geriju Bekeru, laureatu Nobelove nagrade za ekonomiju, ljudski kapital predstavlja skup ljudskih sposobnosti koje mu daju mogućnost stvaranja dohotka¹⁰⁴. Poznata je njegova konstatacija da se ljudski kapital formira investiranjem u čoveka, među kojima se svojom važnošću ističu obuka, priprema za proizvodnju, troškovi zdrave ishrane, migracije i traženje informacija o cenama i dohocima¹⁰⁵. Za uobličavanje koncepta ljudskog kapitala velike zasluge pripadaju američkom istraživaču Teodoru Šulcu, koji je troškove obrazovanja i zdravstvene zaštite tretirao na gotovo identičan način kao i investicije u fizički kapital¹⁰⁶.

Ljudski kapital je ključni proizvodni resurs kojim raspolaže najveći deo populacije. Investicije u obrazovanje i obuku doprinose rastu ekonomske efikasnosti. Mnogo je dokaza u prilog teze da ulaganja u obrazovanje i unapređenje zdravstvenog stanja stimulatивно deluju na ekonomski rast, kretanje prosečne produktivnosti rada i rast realnih zarada. Postoji čvrsta korelacija između obrazovanja i zarada: viši nivo obrazovanja implicira viši nivo najamnina, dok veće plate, pored ostalog, motivišu ljude da se neprekidno obrazuju. Ukoliko se ne koristi, ljudski kapital praktično isčezava. U takvim slučajevima, ljudski kapital se principijelno ponaša na gotovo istovetan način kao i finansijski kapital, odliva se u sredine u kojima su očekivani prinosi veći.

Napred ekspliciranom pristupu istraživanja značaja ljudskog kapitala često se stavljaju primedbe, posebno imajući u vidu njegov statički karakter. Naime, komponente znanja, veština i zdravlja, po mišljenju kritičara, pružaju tek naznaku potencijala pojedinca. U realnom životu, stepen materijalnog ovaploćenja ljudskog kapitala najvećim delom je funkcija sposobnosti uključivanja u aktivnosti celoživotnog obrazovanja i sticanja praktičnih veština¹⁰⁷.

103 Savvides, A. Stengos, T. (2009) *Human capital and economic growth*, Stanford University Press.

104 Becker, G. (1992) Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis, *Journal of Political Economy* 70 (2), 9-44.

105 Becker, G. (1993) *Human Capital*, University of Chicago Press.

106 Schultz, T. (1961) Investment in Human Capital, *American Economic Review* 1, pp. 1–15.

107 Cvetanović, S., Despotović, D., Stošković, M. (2017). *The Central Role of Education in Creating Knowledge as a key Economic Growth Factor*. Knowledge, 17(1), 65-72.

Novija određenja ljudskog kapitala neuporedivo su obuhvatnija u poređenju sa konvencionalnim pristupima. Ona pored komponenti obrazovanja, veština i zdravlja računaju sa komponentama ljudskog kapitala poput sposobnosti i motivacije ljudi, kulture, kreativnosti, inovativnosti, motivacije, dominantnih stavova o životu, marljivosti, odgovornosti, upornosti, samoinicijativnosti, uspešnosti u komunikaciji, sposobnosti rešavanja problema, kritičkog promišljanja, fleksibilnosti i adaptibilnosti, itd.

Ekonomska vrednost ljudskog kapitala zavisi od njegovog doprinosa kreiranju vrednosti roba i usluga. Pri tome se stalno mora imati u vidu činjenica da je principijelno moguće, da pojedine komponente ljudskog kapitala budu visoko vrednovane u određenom vremenu i u konkretnoj sredini, a da u drugim uslovima one gotovo u potpunosti izgube na značaju.

Relativna vrednost pojedinih komponenti ljudskog kapitala dobrim delom zavisi od faze ekonomskog i društvenog razvoja zemlje u kojoj se sagledava njihovo značenje. U današnjim uslovima privređivanja u procesu kreiranja ljudskog kapitala posebno dobijaju na značaju aktivnosti usmerene na celoživotno obrazovanje i stručno usavršavanje, digitalnu pismenost.

Ljudski kapital se reflektuje kroz nematerijalnu imovinu, koja ima kapacitet da inicira ili podrži proizvodne aktivnosti, inovacije i zaposlenost. Formira se kroz proces učenja u raznim institucijama (obrazovne ustanove, porodica, preduzeće). Kombinacija znanja, veština i sposobnosti je individualan, a ne uniforman proces. Analiza kreiranja i korišćenja ljudskog kapitala mora uzeti u obzir upliv mnogobrojnih društvenih institucija: škola, tržišta rada, društvene zajednice, itd.

U kompetenciji ljudskog kapitala je apliciranje novih znanja u svakodnevnoj praksi. Stoga nije čudo da ovaj oblik kapitala permanentno povećava svoje učešće u strukturi ukupnog kapitala u svim savremenim privredama.

2. ZDRAVLJE LJUDI – VIŠEDIMENZIONALNI FENOMEN

Ovde se suočavamo sa brojnim problemima koji proizlaze iz nepreciznosti pojmovnog određivanja zdravlja i bolesti i time uslovljenim teškoćama utvrđivanja radne nesposobnosti izazvane bolešću, s jedne, i još uvek nerešenim pitanjima njihove kvantifikacije, s druge strane¹⁰⁸. Naime, nije jednostavno kategorijalno odrediti fenomene poput zdravlja i bolesti, budući da su isti u značajnom stepenu funkcija percepcije pojedinca, grupe ljudi, čitavog društva, datog vremena i slično¹⁰⁹. Reč je o višedimenzionalnim kategorijama sa različitim biološkim i psihosocijalnim posledicama. Zdravlje i bolest su fenomeni koji se ni izdaleka ne mogu tretirati pomoću dihotomne logike, zdravlje ili bolest. Drugim rečima, zdravlje i bolest se ne mogu ni opisati kao stanja, već isključivo kao procesi.

Definicija zdravlja mora omogućiti merenje i kvantifikovanje stanja zdravlja pojedinca, grupe ljudi ili celog društva. Među brojnim definicijama zdravlja daleko se najviše navodi ona koja se sreće u okviru Svetske zdravstvene organizacije Zdravlje je stanje potpunog fizičkog, mentalnog i socijalnog blagostanja, a ne samo odsutnost bolesti i defektnosti¹¹⁰. S druge strane, apstraktnost pojma bolesti proizlazi iz činjenice da nijedna bolest nema vlastitu prepoznatljivu pojavnost, već se ispoljava kao pretpostavljena i spoznajna apstrakcija, kojoj se tek analitički i zdravorazumski naknadno određuje dijagnoza.

Višedimenzionalnost bolesti ispoljava se kroz: a) biološke i psihološke promene, b) promene subjektivne predstave pojedinca o vlastitom telu, životu, zdravlju i smrti i c) promene društvenog identiteta i položaja, uloge i ponašanja pojedinca.

Kvalitet zdravstvene zaštite je prepoznat kao jedna od najvažnijih karakteristika sistema zdravstvene zaštite. Svetska zdravstvena organizacija ističe da zdravstveni sistem mora da se unapređuje u sledećih šest dimenzija kvaliteta, odnosno zdravstvena zaštita treba da bude: efektivna, efikasna, dostupna, orijentisana prema korisniku, nepristrasna i sigurna¹¹¹. Odgovori na složena pitanja u vezi sa prirodom i značajem zdravlja, kao i iznalaženje najboljeg načina merenja kvaliteta života su nužno interdisciplinarnog karaktera. Ova pitanja ne istražuju samo ekonomisti već i mnoge druge specijalnosti, što znači da odgovori ekonomista na njih mogu imati isključivo signifikantan karakter¹¹².

¹⁰⁸ Bloom, D. E., Canning, D., & Sevilla, J. (2004). *The effect of health on economic growth: a production function approach*. World development, 32(1), 1-13.

¹⁰⁹ Jagger, C., Gillies, C., Moscone, F., Cambois, E., Van Oyen, H., Nusselder, W., & Robine, J. M. (2009). *Inequalities in healthy life years in the 25 countries of the European Union in 2005: a cross-national meta-regression analysis*. The Lancet, 372(9656), 2124-2131.

¹¹⁰ World Health Organization. (n.d.). Retrieved January 07, 2017, from <http://www.who.int/en/>

¹¹¹ World Health Organization. Quality of care: a process for making strategic choices in health systems. Geneva: World Health Organization; 2006

¹¹² Anand, S., & Bärnighausen, T. (2004). *Human resources and health outcomes: cross-country econometric study*. The Lancet, 364(9445), 1603-1609.

Opšte je prihvaćeno, da je najvažniji cilj razvoja društva unapređenje kvaliteta života ljudi a da je zdravlje osnovna komponenta kvaliteta života. Zbog toga, zaštita i unapređivanje zdravlja dobijaju značajno mesto u svim razvojnim strategijama. S druge strane, sposobnost razvoja društva zavisi od zdravlja stanovništva. Zaštita zdravlja je integralni deo ukupne razvojne politike društva¹¹³.

Stručnjaci OECD-a kvalitet života analiziraju iz ugla pojedinca. Smatraju da su njegove ključne komponente: zdravlje, obrazovanje, kultura, zaposlenost, dohodak i raspodela dohotka i imovine, radni uslovi, ekonomska sigurnost, razonoda, fizičko okruženje (radom stvoreno i prirodno), fizička i pravna sigurnost i društvene razlike. Iako su svesni razlika između kvaliteta života pojedinaca, koga označavaju “socijalnim blagostanjem” (*social well-being*) i kvaliteta života društva, koga nazivaju “društvenim blagostanjem” (*societal well-being*), svoja istraživanja uglavnom ograničavaju na komponente prvog¹¹⁴.

Definisanjem i merenjem kvaliteta života najčešće se bave ekonomisti. Međutim, s obzirom da je glavni posao pri merenju kvaliteta života određivanje lestvice i specifične težine svake vrednosti ponaosob, postavlja se pitanje: nije li to posao, pre svega, za filozofe–aksiologe i profesionalne statističare?¹¹⁵

Istina, u mnogim slučajevima statističari bi bili na velikoj muci jer kvalitet života pojedinaca i grupe obuhvata i niz vrednosti, čija je kvantifikacija gotovo nemoguća, kao što su to, na primer: sreća, prijateljstvo, ljubav, poštovanje, tolerancija, društvena harmonija, stvaralaštvo. To, međutim, ne bi trebalo da bude prepreka usvajanju shvatanja, da porast kvaliteta života predstavlja globalni cilj svake racionalno koncipirane politike i pravo merilo performansi pojedinih društava. Isto tako, i za svakog pojedinca, jedino pravo merilo uspeha u životu može biti njegov kvalitet života, tj. mera u kojoj on ostvaruje sve za njega bitne vrednosti, ali, takođe, i univerzalne vrednosti.

Dvadeseti vek je većem broju zemalja doneo boljitak u raznim aspektima života (ekonomije, kulture, ljudskih prava). Poseban napredak je dostignut u oblasti zdravlja. Poslednje tri decenije dvadesetog i početak XXI veka karakterišu reforme i unapređenje zdravstvenih sistema koje bi omogućile jednaku dostupnost i jednak visok kvalitet zdravstvene zaštite za sve stanovnike¹¹⁶.

U razvijenim zemljama, od kraja XIX veka do pre nekoliko decenija zapažen je veliki porast očekivanog trajanja života. Navedeni porast se prvenstveno pripisuje uspešnoj kontroli zaraznih bolesti, koja se značajno odrazila na smanjivanje opšteg mortaliteta¹¹⁷.

3. FINANSIJSKI ASPEKTI ALOKACIJAE OGRANIČENIH RESURSA U OBLASTI ZDRAVSTVA

Kako ograničene resurse optimalno alocirati, odnosno kako sa ograničenim resursima stvoriti što veći iznos ekonomskih dobara? Projektovano na oblast zdravstvene zaštite ovo znači neophodnost da se govori o proizvodnji zdravlja (*production health*). Grosman je među prvim ekonomistima na decidan način pisao o proizvodnji zdravlja, upoređujući je sa ostalim sferama ekonomskog života¹¹⁸. U njegovom pristupu, ukupnu proizvodnju zdravlja determinišu brojni činioci poput raspoloživog dohotka, imovine, novoa obrazovanja, genetske predispozicije, nivoa javnog zdravlja. Henderson ovome dodaje i mnoge druge faktore, koji određuju životni stil pojedinaca a koji sa svoje strane značajno deluju na oblikovanje zdravstvenih potreba, poput pušenja, konzumiranja alkohola i droga itd.¹¹⁹. Ovdje svakako treba pomenuti i mogućnosti novih tehnologija da zadovolje potrebe za zdravstvenom zaštitom. Međutim, ključna okolnost je da proizvođačke i potrošačke preferencije nisu odlučujuće u analizi pitanja optimalne alokacije resursa namenjene zdravlju.

U ekonomiji, proizvodnja pokazuje način transformacije inputa u autoput. U analitičkom smislu ove relacije reprezentuje proizvodna funkcija. U oblasti zdravstvene zaštite, proizvodna funkcija reprezentuje relacije između zdravstvenog stanja (pojedinca, određene grupe ljudi, ili nacionalne zajednice) i mnogih drugih činilaca koji

¹¹³ World Health Organization. (2013). *World Health Report 2013 (The)*. World Health Organization.

¹¹⁴ Luigi, S., Michael, B., & Valerie, M. (Eds.). (2013). *OECD Health Policy Studies Waiting Time Policies in the Health Sector What Works?: What Works?.* OECD Publishing.

¹¹⁵ World Health Organization. (2016). *World health statistics 2016: monitoring health for the SDGs, sustainable development goals.*

¹¹⁶ Kickbusch, I., & Gleicher, D. (2012). *Governance for health in the 21st century.* Geneva, Switzerland: World Health Organization.

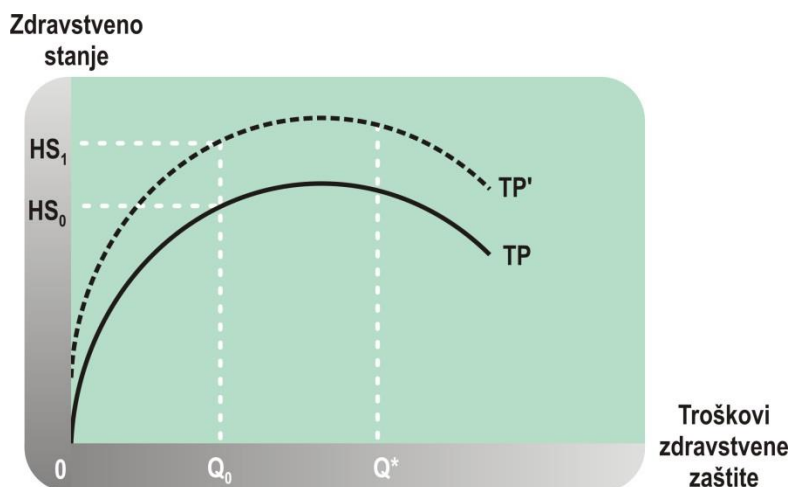
¹¹⁷ Christensen, K., Doblhammer, G., Rau, R., & Vaupel, J. W. (2009). *Ageing populations: the challenges ahead.* The lancet, 374(9696), 1196-1208.

¹¹⁸ Grossman, M. (1972). *On the Concept of Heath Capital and Deman for Healt,* Journal of Political Economy, 80(2), March/April, pp. 223.-255.

¹¹⁹ Henderson, J. (2009). *Health Economics and Policy,* South-Western Cengage Learning.

determinišu taj status, odnosno određuju „proizvodnju“ zdravlja¹²⁰. Ova relacija može se operacionalizovati u obliku: Zdravlje = F (zdravstvena zaštita, drugi inputi, vreme). Jednostavno rečeno, ljudi koriste zdravstvenu zaštitu u kombinaciji sa drugim inputima tokom vremena u proizvodnji zdravlja kao dobra.¹²¹ Pretpostavka, po kojoj postoji funkcionalna zavisnost zdravstvenog stanja i veličine izdataka, namenjenih ostvarenju zdravstvene zaštite je data na Slici 1.

Slika 1. Korelacija zdravstvenog stanja nacije i troškova zdravstvene zaštite



Izvor: Henderson, 2009.

Principijelno, moguće je razlikovati dva osnovna načina za poboljšanje nivoa zdravstvenog stanja populacije, prvi koji podrazumeva rast izdataka namenjenih zdravstvenoj zaštiti, i drugi, koji računa sa promenom životnog stila stanovništva. Grafička prezentacija uticaja prvog načina unapređenja nivoa zdravstvenog stanja stanovništva reprezentuje kretanje troškova zdravstvene zaštite od 0 do Q_0 nadalje do Q^* . Rastući troškovi zdravstvene zaštite obezbeđuju unapređenje zdravstvenog stanja stanovništva duž krive TP. Veličina izdataka namenjenih zdravstvenoj zaštiti Q_0 obezbeđuje nivo zdravstvenog stanja populacije HS_0 . Uticaj promene životnog stila populacije (fizička aktivnost, smanjenje telesne težine, smanjenje broja pušača u ukupnoj populaciji, kontrolisanje stresa, itd.) i sa iznosom troškova Q_0 može unaprediti zdravstveno stanje populacije (kretanje duž linije TP' a ne duž krive TP kao što je to ilustrovano na Slici 1.

Treba zapaziti da nivo zdravstvenog stanja populacije HS_1 koji je moguć uz pretpostavku promene životnog stila stanovništva ostvariti sa iznosom troškova zdravstvene zaštite O_0 ne može postići bilo kojim iznosom izdataka zdravstvene zaštite, a da istovremeno nije došlo do pozitivnih promena u životnom stilu stanovništva.

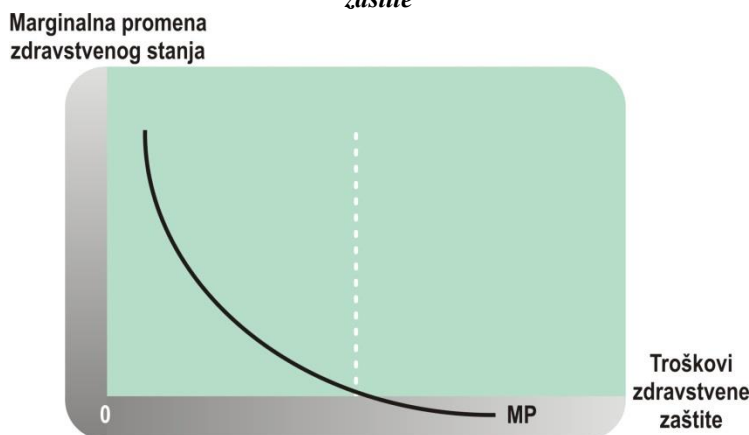
Kriva proizvodnje zdravlja nakon tačke Q^* počinje da ispoljava tendenciju opadajućih prinosa. Bilo koji iznos utrošenih sredstava namenjenih zdravstvenoj zaštiti veći od Q^* je bez ikakvog uticaja na rast zdravstvenog statusa. Logično se nameće pitanje kako je to moguće? Odgovor je da se sredstva usmeravaju održavanju života mnogih pacijenata koji nemaju izgleda da značajnije poboljšaju kvalitet života. Rečju, kvalitet života je bitan. Sredstva troše pacijenti koji nemaju benefite po osnovu rastućih trošenja.

Za razumevanje logike unapređenja zdravstvenog stanja stanovništva (“proizvodnje” zdravlja), kao funkcije troškova zdravstvene zaštite, od esencijalnog je značaja Slika 2.

¹²⁰ Frank, C., & Nason, E. (2009). *Health research: measuring the social, health and economic benefits*. Canadian Medical Association Journal, 180(5), 528-534.

¹²¹ Formalno F je način za opisivanje procesa kombinovanja inputa u produkciji zdravlja.

Slika 2. Zavisnost marginalne promene zdravstvenog stanja populacije u zavisnosti od troškova zdravstvene zaštite



Na Slici 2 je prikazana Zavisnost marginalne promene zdravstvenog stanja populacije u zavisnosti od troškova zdravstvene zaštite. Inverzna zavisnost ilustruje u ekonomiji poznatu zakonitost opadajućih prinosa, odnosno u konkretnom slučaju ilustruje sve manji prirast zdravstvenog statusa po jedinici utrošenih sredstava namenjenih zadovoljenju zdravstvenih potreba.

4. ZAKLJUČAK

Zdravlje pored obrazovanja predstavlja osnovnu komponentu ljudskog kapitala. U ekonomskim istraživanjima novijeg datuma, zdravlje populacije sve se više tretira kao faktor sa dugoročnim dejstvom na privredni razvoj. Odgovori na složena pitanja u vezi sa prirodom i značajem zdravlja, kao i iznalaženje najboljeg načina merenja kvaliteta života su nužno interdisciplinarnog karaktera. Centralni problem upravljanja sistemom zdravstvene zaštite je na koji način raspoloživim sredstvima namenjenim zdravstvenoj zaštiti obezbediti maksimalno mogući nivo zdravstvenog stanja stanovništva. U tom smislu, stavovi zdravstvenih ekonomista mogu biti od koristi po pitanju načina korišćenja raspoloživih sredstava za zdravstvenu zaštitu koji je maksimalno u funkciji povećanja nivoa zdravstvenog stanja populacije a time i u funkciji povećanja ljudskog kapitala.

LITERATURA

- [1] Anand, S., & Bärnighausen, T. (2004). Human resources and health outcomes: cross-country econometric study. *The Lancet*, 364(9445), 1603-1609.
- [2] Becker, G. (1992). Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis, *Journal of Political Economy* 70 (2), 9-44.
- [3] Becker, G. (1993). *Human Capital*, University of Chicago Press.
- [4] Bloom, D. E., Canning, D., & Sevilla, J. (2004). The effect of health on economic growth: a production function approach. *World development*, 32(1), 1-13.
- [5] Christensen, K., Doblhammer, G., Rau, R., & Vaupel, J. W. (2009). Ageing populations: the challenges ahead. *The lancet*, 374(9696), 1196-1208.
- [6] Cvetanović, S. (2011). On Economic Evaluation of Health Care. *Scientific Journal of the Faculty of Medicine in Niš*, 28(3).
- [7] Cvetanović, S., Despotović, D., & Stošković, M. (2017). The Central Role of Education in Creating Knowledge as a key Economic Growth Factor. *Knowledge*, 17(1), 65-72.
- [8] Frank, C., & Nason, E. (2009). Health research: measuring the social, health and economic benefits. *Canadian Medical Association Journal*, 180(5), 528-534.
- [9] Grossman, M. (1972). On the Concept of Health Capital and Demand for Health, *Journal of Political Economy*, 80(2), March/April, pp. 223-255.
- [10] Henderson, J. (2009). *Health Economics and Policy*, South-Western Cengage Learning.
- [11] Jagger, C., Gillies, C., Moscone, F., Cambois, E., Van Oyen, H., Nusselder, W., & Robine, J. M. (2009). Inequalities in healthy life years in the 25 countries of the European Union in 2005: a cross-national meta-regression analysis. *The Lancet*, 372(9656), 2124-2131.

- [12] Kickbusch, I., & Gleicher, D. (2012). *Governance for health in the 21st century*. Geneva, Switzerland: World Health Organization.
- [13] Luigi, S., Michael, B., & Valerie, M. (Eds.). (2013). *OECD Health Policy Studies Waiting Time Policies in the Health Sector What Works?: What Works?.* OECD Publishing.
- [14] Savvides, A. Stengos, T. (2009). *Human capital and economic growth*, Stanford University Press.
- [15] Schultz, T. (1961) Investment in Human Capital, *American Economic Review* 1, pp. 1–15.
- [16] World Health Organization. (2013). *World Health Report 2013 (The)*. World Health Organization.
- [17] World Health Organization. (2016). *World health statistics 2016: monitoring health for the SDGs, sustainable development goals*.
- [18] World Health Organization. (n.d.). Retrieved January 07, 2017, from <http://www.who.int/en/>
- [19] World Health Organization. *Quality of care: a process for making strategic choices in health systems*. Geneva: World Health Organization; 2006

FINANCIAL STATEMENTS IN HEALTH CARE

Igor TanturovskiUniversity “Goce Delcev” – Stip, Faculty of Tourism and Business Logistic, Republic of Macedonia
igor.tanturovski@ugd.edu.mk

Abstract: The consideration of the financial statements, i.e. their preparation, understanding and application in the public healthcare institutions in Macedonia is of paramount importance. The basic data for the financial statements are drawn from the PHI accounting, whereby financial data are provided on the profit and loss accounts, balance sheets and cash flow statements. The financial manager must know how to interpret and use these reports when allocating the financial resources of the institution in order to ensure the achievement of stability in the long run. Finances link economic theory to accounting figures and all health care managers - whether they are in the "production" of health services, sales, research, marketing, management or long-term strategic planning must know what an estimate of the financial performance of the institution.

Keywords: Financial statements, Financial manager, Health care

ФИНАНСИСКИ ИЗВЕШТАИ ВО ЗДРАВСТВОТО**Игор Тантуровски**Универзитет “Гоце Делчев”-Штип, Факултет за Туризам и Бизнис логистика
Република Македонија Igor.tanturovski@ugd.edu.mk

Абстракт: Разгледувањето на финансиските извештаи, односно нивната изработка, разбирање и примена во јавните здравствени установи во Македонија е од суштествено значење. Основните податоци за финансиските извештаи се црпат од сметководството на ЈЗУ, од каде се обезбедуваат финансиски податоци за билансите на успех, билансите на состојба и извештаите за готовински текови. Финансискиот менаџер мора да знае како да ги толкува и искористи овие извештаи при алокацијата на финансиските ресурси на установата, со цел да обезбеди остварување стабилност на долг рок. Финансиите ја поврзуваат економската теорија со бројките од сметководството и сите менаџери во здравството - без разлика дали се во “производството” на здравствени услуги, продажбата, истражувањето, маркетингот, управувањето или долгорочното стратешко планирање мора да знаат што подразбира една проценка на финансиските перформанси на установата.

Клучни зборови: Финансиски извештаи, Финансиски менаџер, Здравство

ВОВЕД

За да ги постигнат своите цели, установите, ги составуваат финансиските извештаи врз основа на сметководствените начела на фактичко случување на деловниот настан. Според тоа, учиноците на трансакциите и останатите финансиски настани се признаваат кога тие вистински ќе се случат, се бележат во деловните книги и се вклучуваат во финансиските извештаи за периодот за кој се однесуваат. Финансиските извештаи составени врз основа на сметководственото начело на настанување на деловниот настан, ги информираат корисниците не само за изминатите трансакции, кои вклучуваат исплата и примање пари, но и за идните обврски кои треба да бидат подмирени без оглед на кој начин. Според тоа, финансиските извештаи обезбедуваат таков вид информации за изминатите трансакции и другите настани кои се најцелисходни за корисниците при донесување на економските одлуки. Тие се составуваат под претпоставка дека здравствената установа континуирано работи во одредениот временски период.¹²²

Комплетот на финансиските извештаи вообичаено содржи: биланс на состојба, биланс на успех, извештај за промена на финансиската состојба како и различни видови белешки кои се составен дел на билансните позиции. Како составен дел на извештаите можат да бидат и различни видови обрасци кои дополнително ја појаснуваат финансиската состојба на установата.

Корисници на финансиските извештаи се менаџментот, управниот одбор, работодавателите,

¹²² М-р Игор Тантуровски (2014) Импликации на финансиското менаџирање во јавното здравство – Случајот на Република Македонија – Докторска дисертација, Скопје, стр.170

добавувачите, купувачите, владата и нејзините агенции и јавноста.

1. КАРАКТЕРИСТИКИ НА ФИНАНСИСКИТЕ ИЗВЕШТАИ

Финансиските извештаи, треба да, се карактеризираат со четири особини:

- Разбирливост,
- Релевантност,
- Сигурност и
- Споредливост.

Основен квалитет на информациите дадени во финансиските извештаи е разбирливоста на истите. За таа цел се претпоставува дека корисниците поседуваат соодветен степен на знаење за деловните и економските активности како имање желба да ги проучуваат информациите со доволно внимание. Во ниту еден случај поради потешкотијата за разбирање или поседување недоволно знаење во перцепцијата на извештаите не треба да се елиминираат информациите кои имаат значајни карактеристики, а не се разбирливи за корисниците од претходно наведените причини.

Со цел да располагаат со степен на корисност, информациите треба да се релевантни според потребите на корисниците за донесување управувачки одлуки. Информациите имаат квалитет на важност кога влијаат врз економските одлуки на корисниците овозможувајќи им да ги проценат изминатите, сегашните и идните настани или пак да ги потврдат или модифицираат нивните претходни проценки.

Информациите имаат квалитативна сигурност кога во нив не постојат грешки или пристрасности кои корисниците можат да ги репродуцираат. За да можат информациите да бидат сигурни потребно е да бидат веродостојни, односно верно да ги претставуваат трансакциите и другите настани кои ги претставуваат, или може да се очекува дека ќе ги претставуваат. Со цел да бидат сигурни, информациите во финансиските извештаи треба да бидат потполни во рамките на својата значајност. Елиминирањето на еден дел од нив може да доведе до создавање лажни или конфузни информации, а со тоа и несигурна примена.

Корисниците на финансиските извештаи, мора да бидат во состојба да ги споредат финансиските извештаи на здравствената установа со текот на времето за да можат да ги согледаат трендовите на финансиската состојба и нивната успешност. Корисниците исто така треба да бидат во состојба да ги споредат финансиските извештаи на различни организации за да можат да ја проценат релативната финансиска состојба, успешноста и апсолвирањето на сите настанати финансиски промени. Поради тоа, мерењето и прикажувањето на финансиските ефекти за текот на работењето на пооделни установи мора да се спроведе доследно.¹²³

2. ЕЛЕМЕНТИ НА ФИНАНСИСКИТЕ ИЗВЕШТАИ

Финансиските извештаи ги прикажуваат финансиските ефекти на трансакциите или другите настани групирајќи ги во големи класи според нивните економски карактеристики. Овие класи претставуваат елементи на финансиските извештаи, основа за идна финансиска анализа. Истите се прикажани во табела 1.

Табела бр.1 Елементи на финансиските извештаи

Елементи кои се во директен однос со мерење на финансиската состојба во билансот на состојба	Елементи кои се во директен однос со мерење успешност во билансот на успех	Извештај за промени на финансиската состојба
Средства	Приходи	Промена на елементи во билансот на состојба
Обврски	Расходи	Промена на елементи во билансот на успех
Главнина		

Извор: Применета финансиска анализа, м-р Маријан Стевановски, стр.101

¹²³ М-р Игор Тантуровски (2014) Импликации на финансиското менаџирање во јавното здравство – Случајот на Република Македонија – Докторска дисертација, Скопје, стр.172

Идната економска корист, која ја содржат средствата е потенцијал кој директно или индиректно предизвикува прилив на пари и еквиваленти на пари во здравствената установа. Тој потенцијал може да биде произведен, паричен или еквивалент на пари. Средствата се користат за производство или вршење услуги со цел да се задоволат потребите на пациентите. Бидејќи овие производи или услуги ги задоволуваат желбите и потребите на пациентите, самите пациенти од своја страна се подготвени за нив да одделат одредена количина финансиски средства. На тој начин се продуцира паричниот тек во здравствената установа. Паричните средства на здравствената установа ѝ се потребни со цел да управува со другите здравствени ресурси.

Обврската е должност или одговорност да се постапи или нешто да се изврши на точно дефиниран начин. Обврските можат да бидат законско извршни како последица на договор кој што обврзува или резултат на законско барање. Обврските исто така произведуваат и од вообичаена деловна практика, обичаи и желби да се одржат добрите деловни односи или да се делува на непристрасен начин.

Главнината го претставува остатокот на средства на здравствената установа откако ќе се одбијат обврските. Износот по кој главнината се прикажува во билансот на состојба зависи од мерењето на средствата и обврските. Иако видот и структурата на установата го детерминира процесот на создавањето на главнината, сепак дефиницијата за главнината останува непроменета.

Приходот е зголемување на економските користи во текот на пресметковниот период во форма на прилив на побарувања или парични средства, зголемување на средствата или намалување на обврските што има за последица зголемување на главнината.

Расходот пак го презентира намалувањето на економската корист во текот на пресметковниот период во форма на одлив на парични средства, намалување на средствата или создавање обврски, што за последица има намалување на главнината. Во расходите влегуваат трошоците непосредно врзани за извршување на секојдневната активност на установата. Тие го сочинуваат обликот на одлив или намалување на средствата како што се парите или еквивалент на парите, залихата на лекови и медицински материјали, недвижностите и медицинската опрема.

3. ПОТРЕБА ЗА КВАЛИТЕТНА ФИНАНСИСКА АНАЛИЗА

Потребата од навремени и унифицирани извештаи ќе наметне менување на квалитетот на работењето на финансискиот сектор во Македонија. За сите субјекти се неопходни унифицирани обрасци за биланс на состојба, биланс на успех и за објаснувачките белешки, приложени заедно со матрици.

Меѓународните сметководствени стандарди ги пропишуваат основите за презентирање на податоците, обезбедуваат споредливост, дефинираат, признаваат и мерат составни елементи. Тие всушност наметна потреба за подетална изработка на извештаите. Анализата на финансиските извештаи се состои во читање на извештаите, пресметка на показателите и толкување на резултатите. Со тоа ќе се подобри квалитетот на податоците, затоа што така подетално се расчленуваат основните биланси. Новите обрасци за завршните сметки се доста прегледни и може да ни обезбедат појасна слика при анализа на работата на некоја установа. Тоа ќе значи дека можеме да навлеземе посуштински во анализата.

Потребно беше да се направи една ваква измена затоа што секогаш е важно извештаите да бидат прилагодени на меѓународните стандарди. Тоа е проблем кога не постои регулатива или кога установата својста анализа ја врши според интерни прописи. Кога постои обврска да се изработат финансиски извештаи според меѓународни стандарди, многу е поедноставно и за работењето на финансискиот оддел, но и за целата установа. Полесно ќе се читаат податоците и од екстерните субјекти и од менаџментот. Ова ќе ја олесни и соработката меѓу деловните партнери, бидејќи информациите ќе бидат попрецизни, пообемни и поконцизни.

Квалитетните финансиски извештаи се клучни за правилно одлучување. Целта на сметководствената евиденција е точно прикажување на економската состојба на здравствената установа, но и да се отслика успешноста во работењето. Тоа може да се направи преку употребата на финансиските показатели за профитабилност, ликвидност, стабилност и солвентност. Всушност, тие ја даваат основната подлога за донесување правилни одлуки во работењето. Според тоа, одлуките кои ги носат менаџерите ќе бидат многу поздрави ако се базираат на финансиските извештаи.

Анализата на финансиските извештаи секогаш почнува со нивното читање. Потоа следува квантитативната анализа и пресметката на показателите. Сепак, на кои сегменти ќе се посвети внимание, зависи од тоа што сакаме да извлечеме како заклучок од анализата.

Финансиските извештаи можат да бидат и многу сложени. Затоа, преку правилна анализа треба да се сведат на разбирливи показатели. Менаџерот дури потоа полесно ќе може да ја донесе вистинската

одлука. Исто така треба да се потенцира улогата на сметководството, затоа што од неговата работа во голем дел зависи успешноста на установата.

Сè што работи здравствената установа се отсликува во финансиските извештаи. Поради тоа, потребни се навистина стручни лица кои правилно и веродостојно ќе ги изработуваат завршните сметки и останатите извештаи. На тој начин му помагаат на менаџментот да ги донесе вистинските одлуки и да ја води установата во правилна насока.

4. ПРОЦЕНА НА ВАЖНОСТА НА ФИНАНСИСКИТЕ ИЗВЕШТАИ

Често се поставува прашањето, на кој од финансиските извештаи при анализата треба да му се даде предност, на билансот на состојба, на билансот на успех или на извештајот на паричните готовински текови? Кој од овие финансиски извештаи е подобар избор за вистински преглед на работењето на здравствената установа? Овие прашања повлекуваат спротивни размислувања кај теоретичарите но и кај економските практичари за правилно читање на финансиските извештаи.¹²⁴

Дел од нив сметаат дека билансот на состојба е најважниот извештај за преглед на работењето, а според другите, тој само ја отсликува состојбата во определен момент и не дава реална слика. За да се согледа работењето на установата во еден подолг временски период и да се испланира готовината потребна е изработка на извештај на паричните текови.

Извештајот за паричните текови е суштината на работењето и клучот за постигнување успех. Малку установи кај нас го познаваат, а уште помалку го изработуваат. Билансот на успех можеби ќе даде претстава за успешна установа, иако постојат сериозни проблеми со ликвидноста и се закануват проблеми во работењето.¹²⁵

Но сепак за да се разбере готовинскиот тек треба да се знае добро да се прочита билансот на состојба и билансот на успех како основа за негова изработка.¹²⁶ Релевантноста на финансиските извештаи, потребата за подетална анализа кај компаниите и недостигот од доволно стручен кадар за финансиско работење се дел од проблемите со кои се соочуваат менаџерите. Само длабинската анализа може да даде поздрави и подобри економски одлуки во здравствените установи.

Ако се анализираат финансиските извештаи на установата, постои опасност да се биде преплашен со податоци содржани во билансот на состојба, билансот на успех и извештаите за готовински текови. Анализата на финансиските показатели ретко ќе бидат од корист ако само механички се применуваат во практика. Како такви тие ретко даваат одговори, но помагаат да се постават вистинските прашања.¹²⁷

РЕФЕРЕНЦИ

- [1] Glen Arnold, BSc (Econ), PhD, University of Salford, “Essentials of Corporate Financial Management”, Pearson education Limited, Edinburgh Gate, Harlow, Essex CM20 2JE, England, 2007
- [2] Применета финансиска анализа, м-р Маријан Стевановски
- [3] www.kapital.mk/mk/makedonija
- [4] Рафајловски консалтинг, Репрезент, 2011
- [5] Richard A.Brealley, Steward C.Mayers, Alan J.Marcus, Osnove korporativnih financija, 5 izdanje, The Mc Graw Hill, Companiea.inc, 2007,
- [6] М-р Игор Тантуровски (2014) Импликации на финансиското менаџирање во јавното здравство – Случајот на Република Македонија – Докторска дисертација, Скопје,

¹²⁴ www.kapital.mk/mk/makedonija

¹²⁵ Не случајно Ворен Бафет, најпознат светски инвеститор и милијардер при преземање и инвестирање во одделни компании секогаш го гледа извештајот за готовината, а не билансот на состојба и успех, како што прават сите останати.

¹²⁶ Рафајловски консалтинг, Репрезент, 2011

¹²⁷ Richard A.Brealley, Steward C.Mayers, Alan J.Marcus, Osnove korporativnih financija, 5 izdanje, The Mc Graw Hill, Companiea.inc, 2007, str.476

**ANALYSIS OF CONDITION AND POSSIBILITIES FOR IMPROVING OF
FINANCIAL MANAGEMENT OF HEALTHCARE IN BULGARIA**

Stoyanka Petkova - GeorgievaUniversity "Prof. Dr A. Zlatarov", s.p.petkova@gmail.com**Yordanka Tasheva**University "Prof. Dr A. Zlatarov", jtasheva_2006@abv.bg

Abstract: Health is a public good as an economic category, which is why it has no value. The health services are valued because they have direct and indirect costs, which have a certain price. The health services market is the most "deformed" market, and so much effort is being made in Bulgaria to be more regulated. In doing so, the aspiration is to do this through precisely defined rules defined on a centralized principle.

The lack of a comprehensive conception of mastering the economic interests of the specific "market" of Bulgarian healthcare equally damages both doctors and patients. The former became traders, and the latter became "buyers" of health. This is happening at a time when Europe speaks of values on which every national health policy must be built: solidarity, accessibility of health services and protection of patients' rights.

Keywords: improving, management, healthcare, analysis

**АНАЛИЗ НА СЪСТОЯНИЕТО И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА
ФИНАНСОВОТО УПРАВЛЕНИЕ НА ЗДРАВЕОПАЗВАНЕТО В БЪЛГАРИЯ****Стоянка Петкова - Георгиева**Университет „Проф. д-р А. Златаров”, s.p.petkova@gmail.com**Йорданка Ташева**Университет „Проф. д-р А. Златаров”, jtasheva_2006@abv.bg

Резюме: Здравото е обществено благо като икономическа категория, поради което то няма цена. Остойностяват се здравните услуги, защото за тях има и преки, и непреки разходи, които имат определена цена. Пазарът на здравни услуги е най-силно „деформираният” пазар, поради което в България се полагат големи усилия той да бъде в по-висока степен регулиран. При това, стремежът е това да става чрез точно определени правила, определени на централизиран принцип.

Липсата на цялостна концепция за овладяване на икономическите интереси относно конкретно „пазара” на българското здравеопазване еднакво ошети и лекари, и пациенти. Първите се превърнаха в търговци, а вторите – в „купувачи” на здраве. Това се случва във време, когато Европа говори за ценности, върху които трябва да се изгражда всяка национална здравна политика: солидарност, достъпност на здравните услуги и защита правата на пациента.

Ключови думи: подобряване, управление, здравеопазване, анализ

ВЪВЕДЕНИЕ

При настоящия модел за финансиране на здравеопазването в България съществува неблагоприятна тенденция, при която всеки дефицит, формиран от дейността на публичните здравни фондове се покрива и е изцяло за сметка на населението. В същото време, обществото разчита да получава качествено обслужване и няма друг избор, освен изцяло да се довери на здравноосигурителната система и на процесите, които произтичат във финансирането на здравеопазването. Реформата в здравеопазването трябва да е подчинена на концепция и пакет от решения, насочени към ефективното управление и целево използване на целия финансов ресурс, който влиза в системата на здравеопазването, за да се осигури равен достъп и качествено обслужване на всички лица.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Въз основа на извършения сравнителен анализ на здравеопазването в света могат да бъдат изведени следните добри практики за осигуряване на устойчив модел на финансиране на здравноосигурителната система в България:

- ✓ определяне и докладване на стратегическите приоритети;

- ✓ оптимизирана териториалната структура;
- ✓ система за заплащане на услугите на общо практикуващите лекари (ОПЛ);
- ✓ ДСГ система за заплащане на болниците;
- ✓ системи за оценка на качеството;
- ✓ електронно здравеопазване;

Усъвършенстването на финансовия модел на здравеопазването в България следва да бъде предмет на задълбочен анализ и консенсус върху необходимите стъпки за това. Безспорно обаче той трябва да се основава на следните опорни точки:

- ✓ Централно място на пациента в системата;
- ✓ Балансиране интересите на всички участници в системата;
- ✓ Премахване на практиката на нерегламентирани плащания;
- ✓ Ясно регламентирани обхвата на основния пакет, заплащан от НЗОК;
- ✓ Оптимален баланс между държавния и частен сектор в здравеопазването и здравното осигуряване, при регламентирани обхвата на дейността на доброволните фондове;
- ✓ Ясно регламентирана система за участие на пациента при споделяне на разходите за заплащане на медицинските услуги.

Съзнавайки, че на настоящия етап на развитие България не е подготвена за въвеждане на класически модел на регулирана конкуренция в задължителното здравно осигуряване и отчитайки отсъствието на стабилен, конкурентен и ефективен пазар на доброволно здравно осигуряване, в краткосрочен план е необходимо усъвършенстване на съществуващия модел чрез реализиране на редица мерки за формиране на ясно дефиниран основен пакет от здравни услуги в комбинация със система за споделяне на разходите в рамките на този пакет. Всеки пациент може да избере да доплаща кеш получените здравни услуги или да се осигури допълнително в частните здравно-осигурителни фондове. Целта на тази мярка е да се развие здравноосигурителния пазар, което да бъде като преходен етап преди допускането на частните фондове и на пазара на задължителното здравно осигуряване. Предимствата от въвеждането на регламентирана система за споделяне на разходите се състоят в увеличаване на прозрачността, осигуряването на допълнителен ресурс в здравната система, увеличаване на възможностите за избор в зависимост от комбинацията цена-качество, подобряване на контрола, повишаване на заплащането на медицинския персонал. В последните години сме свидетели на повишена чувствителност на българите към проблемите в здравеопазването. И, ако до скоро, тяхното недоволство беше насочено основно към медицинските специалисти и качеството на предоставяните от тях услуги, то напоследък е очевидна тенденцията да се търсят истинските причини за лошото състояние на сектора. Субективното усещане на повечето хора, сблъскали се със здравната система в България, е за безпорядък, неяснота относно покриваните от Националната здравноосигурителна каса (НЗОК) процедури, затруднен достъп до специалисти, поради ограничените ресурси за доболнична помощ, лоши санитарно-битови условия в болниците, остаряла и неработеща апаратура. Анализът показва, че това субективно усещане се дължи на обективен факт - недофинансирането на здравната система. Очевидна е тенденцията към увеличаване на публичните разходи за здравеопазване в последните години. Все още, обаче, темпът е крайно недостатъчен, което поставя българското здравеопазване в дъното на класацията на страните от ЕС по средства, отделяни за сектора. Публичните разходи за здравеопазване като дял от БВП (брутния вътрешен продукт) в България е около 4% през периода 2011-2017 година, при средно 7,3% за страните на ЕС. Нещата се усложняват още повече, ако отчетем застаряването на населението, което е свързано с повишена заболяемост, влошаването на здравния статус на големи групи хора в резултат на съвременния начин на живот, както и влошената покупателна способност на населението, която прави повече хора зависими от услугите, покривани от НЗОК. В същото време, развитието на здравните технологии и по-добрата информираност на пациентите увеличава търсенето на по-ефикасни здравни услуги. Това води до тежък конфликт между увеличеното търсене на качествени здравни грижи и недостатъчното увеличение на общите публични разходи за здравеопазване. [1]

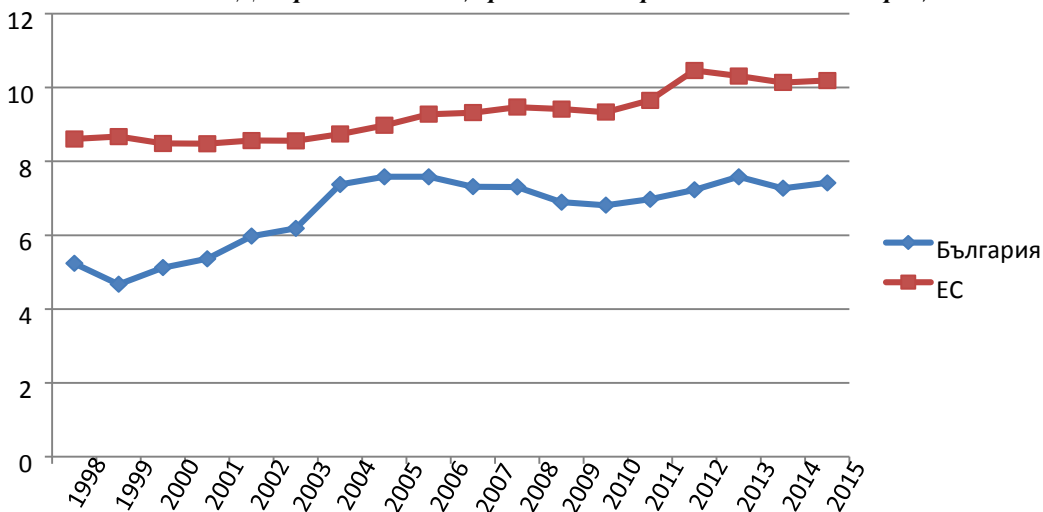
Голямото изоставане на България във финансирането на здравната система се вижда ясно при анализ на основни показатели, възприети от СЗО:

- Разходи за здравеопазване като процент от БВП
- Разходи за здравеопазване като процент от публичните разходи на държавата
- Публични и частни разходи за здравеопазване
- Директни плащания за здравеопазване

Разходи за здравеопазване като процент от БВП

Това е основният показател за държавната политика по отношение на собственото си население и показва готовността ѝ да се заделят повече средства за здравеопазване. В това отношение страната ни е на едно от последните места в ЕС. Общите разходи за здравеопазване представляват сума от публични и частни разходи. Този показател обхваща предоставянето на здравни услуги (превантивни и лечебни), спешна помощ и дейности по семейно планиране. Общите разходи за здравеопазване като отношение към БВП за ЕС са стабилно по-високи от тези в България са показани в Диаграма №1, като разликата е между 2 и 3 процента от БВП последните няколко години. Ако отчетем факта, че частните разходи за здравеопазване в България са едни от най-високите в ЕС (46% от общите разходи по данни за 2017 година) и разгледаме само публичните разходи на държавата, като процент от БВП, то нещата за България изглеждат катастрофално.

Диаграма №1: Общи разходи за здравеопазване като процент от БВП

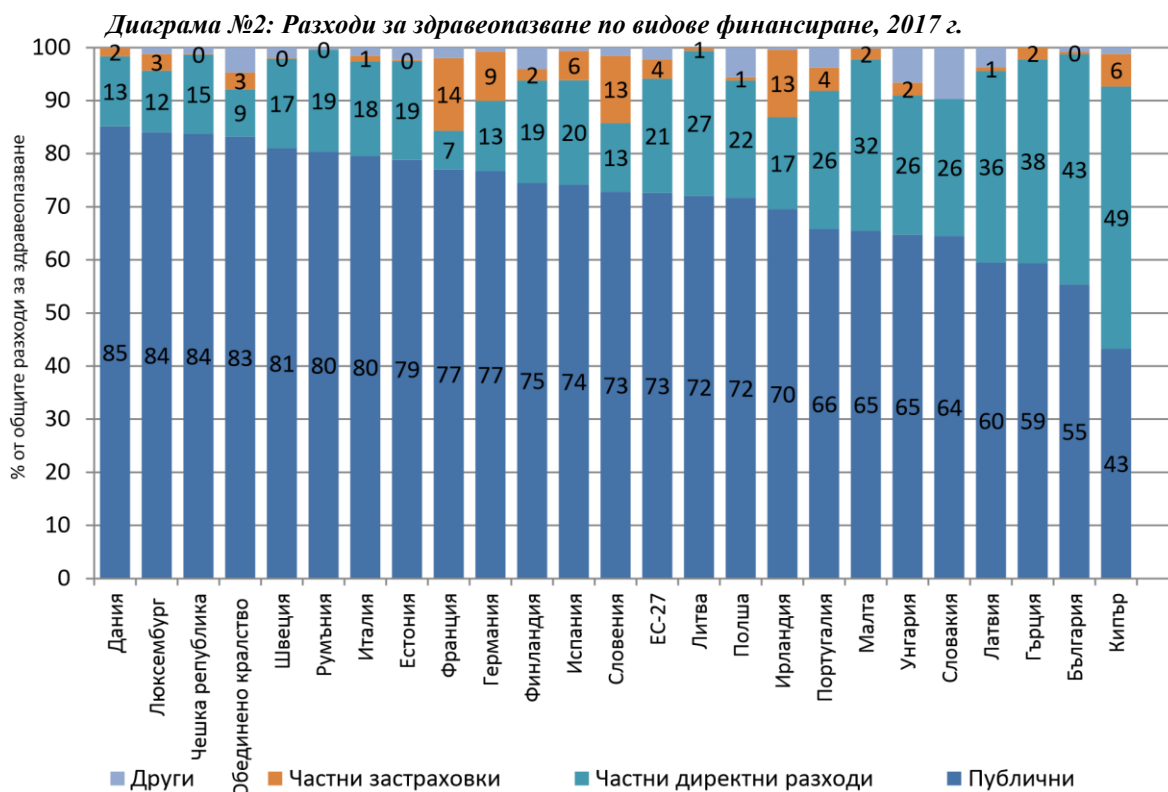


Източник: Световна банка

Разходи за здравеопазване като процент от публичните разходи на държавата

Друг индикатор за държавната политика по отношение на здравеопазването е мястото на разходите за здравеопазване спрямо общите публични разходи. Диаграма № 2 е потвърждение на факта, че здравеопазването в България не е приоритет. И въпреки, че този показател в света се движи в доста широки граници (от 1,5 до 27,7%) е видима зависимостта, че колкото по-развита е една държава, толкова повече пари тя отделя за своето здравеопазване. В това отношение, България е далече от средните за Европа нива. Публичните разходи са значително по-голям дял от общите в ЕС, докато в България частните разходи са далеч повече и тяхната роля нараства бавно, но стабилно през последните години. С цел осигуряване участието и съответно – отговорността на потребителите на здравни услуги в системата на здравеопазване трябва да се създадат условия за подкрепа на реалното право на избор на потребителите на здравни услуги, на здравноосигурителен фонд и на „доставчици” на здравни услуги. Здравноосигурителните фондове трябва да имат право да участват и при разпределяне на вноските за задължително здравно осигуряване. Този процес трябва да е на база защита и покритието за здравните услуги, които предоставят. Потребителите, които не са доволни от размера на своите индивидуални здравни разходи и или/и от качеството на здравните услуги, които получават срещу тях, имат възможност да упражнят своето право да изберат друг осигурител и съответно друг доставчик на здравни услуги. Така ще се въведе конкуренция между здравноосигурителните институции, от една страна и между доставчиците на здравни услуги, от друга. С цел спазване на принципа за солидарност в условията на конкуренция в здравния сектор, държавата следва да прилага ефективна система за разпределение на риска, която може да се осъществява и от отделна институция за управление на риска в сектора. По-конкретно на Диаграма №2 са посочени данните на ОИСР за финансирането на различни дейности за здравеопазване през 2017 година показват, че в повечето страни от ЕС публичните разходи значително превишават останалите видове, като средно за ЕС делът на публичните разходи от общите е 73%, а за България този показател е малко над 55%. В същото време в България около два пъти по-голям дял от разходите за здравеопазване се поема от частните директни разходи (43% за България спрямо 21% за ЕС). Друга сериозна разлика е все още маргиналната роля на

частните здравни застраховки в България – докато в ЕС те поемат около 4% от разходите средно (а в някои страни дори надхвърлят дял от 10%), в България този дял е под 1%. [2]



Източник: ОИСР

ПУБЛИЧНИ И ЧАСТНИ РАЗХОДИ ЗА ЗДРАВЕОПАЗВАНЕ

Публичните разходи включват правителствени разходи (централни и местни бюджети), външни заеми и безвъзмездни средства (включително дарения от международни агенции и неправителствени организации), както и фондовете за задължително здравно осигуряване. Компоненти на частните разходи са директните плащания на домакинствата, частното осигуряване, благотворителните дарения и преките плащания от частни корпорации. Прави впечатление, че в България делът на частните разходи в общите разходи за здравеопазване е стабилно по-висок и бележи плавна тенденция на покачване, ако се разглежда един по-дълъг период от 15-18 години. Към 2017, в България делът на частните разходи е 44%, докато в ЕС този дял е близо два пъти по-нисък – 23%. В същото време, през разглеждания период /Диаграма №3/ делът на публичните разходи за ЕС е значително по-висок от този на частните и остава над 80%. Прави впечатление, че този дял остава стабилен за последните 18 години, т.е. нарастването на общите разходи за здравеопазване в ЕС запазва тази пропорция непроменена. За разлика от средните показатели за ЕС, бремето от нарастването на разходите за здраве в България се поема в по-голяма степен от частните разходи. [3]

ДИРЕКТНИ ПЛАЩАНИЯ ЗА ЗДРАВЕОПАЗВАНЕ

Директните разходи за здравеопазване са преки плащания от домакинствата към практикуващите лекари и доставчиците на фармацевтични продукти, за терапевтични уреди и други стоки и услуги, използвани за възстановяването или подобряването на здравния статус на отделни лица или групи от населението. Директните разходи са компонент на частните. Прави впечатление, че от 2001 година насам спада слабо делът на директните разходи в частните разходи за здравеопазване, макар първите все още да са около 97% от всичките частни разходи. Това навежда на извода, че, макар и с малко, се увеличава ролята на частното осигуряване, благотворителните дарения и плащанията от частни корпорации. Отчитайки, че този показател за ЕС се движи около 77% средно за ЕС, потенциалът за увеличаване на ролята на частното

същото време, обаче, по-голямата осигуреност на населението с лекари и болнични легла в България спрямо средните нива за ЕС показва неефективна употреба на публичните ресурси. Последните няколко години се наблюдава положителна тенденция на увеличаващ се брой дипломирани студенти с медицинско образование на 100 хил. души население, но няма никаква гаранция, че младите лекари ще предпочетат да се реализират в България. Представените данни отново илюстрират нуждата от спешна реформа в системата на здравеопазване в България, като проблемите не са толкова сериозни откъм ресурсна обезпеченост, а по-скоро по отношение на оптимизацията на наличните ресурси. Важно е да се помисли и за формите и начина на финансиране на системата, като примери могат да се вземат от редица европейски държави. Разбиването на монопола на Националната здравно-осигурителна каса и създаването на реална конкуренция с частни фондове е първата стъпка към оптимизирането на разходите, по-добър контрол върху тях и подобряване на ефективността им. Потенциалът за засилване ролята на осигуряването в частни фондове и съответно – поемането на все по-голям дял от разходите за здраве от тези фондове се вижда ясно от съпоставката на България с ЕС. Хаосът в здравеопазването в България - не може лекарят да печели повече, когато има повече и по-болни пациенти. Редно е лекарят да печели повече, когато болните му оздравяват по-бързо, по-трайно, при по-ниска цена. Т.е. системата ще стане по-рационална, ако цени повече ефективността на лекарския труд, а не паричния оборот. Със свое становище в здравния хаос се вписаха и експертите от Световната банка и Американската агенция за международно развитие. Според последния им анализ неефективността на българската здравна система и непрекъснатото усъвършенстване на реформата водят единствено към социално напрежение сред населението.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

От направения преглед на моделите за финансиране на здравеопазването могат да бъдат направени няколко извода, които имат отношение към развитието на здравните системи и могат да се използват при анализа и реформирането на българската система на здравеопазване:

- Силно впечатление прави фактът, че изборът на модел за финансиране на системата на здравеопазване има значение по отношение на нейното ефективно функциониране, но не и по отношение на нейната ефикасност;

- Публично финансираните системи показват висока степен на ефективност при управляването на разходите, тъй като повечето използват тавани за ограничаване на разходите. Но що се отнася до удовлетвореността на пациентите, която е основният показател за качество и ефикасност на системата, трудно може да се докаже връзка между модел на финансиране и удовлетвореност. Това оформя извода, че по отношение на качеството много по-важни са критериите за адекватност на системата към потребителя – отношение към пациента, възможности за избор, организация и управление на отделните видове помощ и др.;

- Безпристрастната оценка за възможностите на една система на здравеопазване да обслужва населението насочва вниманието към системи с частно застраховане. Може да се твърди, че те могат да са доста ефикасни, защото отговарят в най-голяма степен на нуждите и възможностите на пациентите. Основният проблем при тях е, че те не могат да доведат в пълна степен до постигане на поставените социални цели в здравеопазването. Поради тази причина всички страни в Европа са избрали вариант на социално здравно осигуряване или на изцяло публично финансиране на здравеопазването. В същото време част от развитите европейски страни прилагат неолиберален подход и предоставят на гражданите право да избират как да осигурят необходимите им здравни услуги.

ЛИТЕРАТУРА

[1] Петкова - Георгиева, Ст., Насоки за усъвършенстване структурирането на дейностите по здравеопазване, академично списание „Управление и образование”, т. XII, кн.1, стр. 122-128, Бургас, 2016.

[2] Петкова – Георгиева, Ст., Приложение на икономическия анализ за подобряване ефективността на дейностите в здравеопазването – първа част, академично списание „Управление и образование”, т. XIII, кн.1, стр.118-122; т. XIV, кн.1, 2017.

[3] Петкова – Георгиева, Ст., Приложение на икономическия анализ за подобряване ефективността на дейностите в здравеопазването – втора част, академично списание „Управление и образование”, т. XIV, кн.1, стр.109-117, Бургас, 2018.

[4] Петкова – Георгиева, Ст., Икономика на здравеопазването, учебник, стр. 139-150, Университетско издание на „Проф. д-р Асен Златаров”, ISBN 978-619-7123-75-3, Бургас, 2017.

ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT STRATEGIES

Venelin Terziev

Full Member of the Russian Academy of Natural History,
Professor, Eng., D.Sc. (National Security), D.Sc. (Economics), D.Sc. (Social Activities), Ph.D.,
Russian Academy of Natural History, Moscow, Russia
Vasil Levski National Military University, Veliko Tarnovo, Bulgaria
University of Rousse, Rousse, Bulgaria, terziev@skmat.com

Marin Georgiev

National Military University, Veliko Tarnovo, Bulgaria, clementon@abv.bg

Abstract: The subject of this article is the genesis of the professional culture of personnel management. The last decades of the 20th century were marked by various revolutions - scientific, technical, democratic, informational, sexual, etc. Their cumulative effect has been mostly reflected in the professional revolution that shapes the professional society around the world. This social revolution has global consequences. In addition to its extensive parameters, it also has intensive ones related to the deeply-rooted structural changes in the ways of working and thinking, as well as in the forms of its social organization. The professional revolutions in the history of Modern Times stem from this theory.

Employees' awareness and accountability shall be strengthened. The leader must be able to formulate and bring closer to the employees the vision of the organization and its future goal, to which all shall aspire. He should pay attention not to the "letter" but to the "spirit" of this approach.

Keywords: strategic concept, organization, development, planning, mission.

СТРАТЕГИИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА

Венелин Терзиев

действителен член на Руската академия по естествознание, професор,
доктор на икономическите науки, доктор на военните науки, доктор на науките Социални
дейности, Русенски университет „Ангел Кънчев”, Русе, България
Национален военен университет „Васил Левски”, Велико Търново, България
Руска академия по естествознание, Москва, Русия, terziev@skmat.com

Марин Георгиев

Национален военен университет „Васил Левски“- Велико Търново, България
clementon@abv.bg

Резюме: Предмет на статията е генезисът на професионалната култура на персоналният мениджмънт. Последните десетилетия на 20^{-ия} век са минали под знака на различни революции – научно-техническа, демократична, информационна, сексуална и т.н. Техният кумулативен ефект найсилно се е отразил в професионалната революция, която в глобален мащаб формира професионалното общество. Тази социална революция има глобални последици. Освен екстензивни параметри тя има и интензивни, свързани с дълбоки структурни промени с начините на професионална дейност и мислене, а така също с формите на нейната социална организация. От тази гледна точка произтичат професионалните революции в историята на Новото време.

Необходимо е да се утвърждава осъзнаването и отговорността на служителите. Ръководителят трябва да е способен да формулира и да доведе до тях визията на организацията, бъдещата ѝ цел, към която трябва да се стремят всички. Той трябва да обръща внимание не на „буквата”, а на „духа” на този подход.

Ключови думи: стратегическа концепция, организация, развитие, планиране, мисия.

ВЪВЕДЕНИЕ

Динамично изменяща се обстановка, свързана с икономически, технически, политически и обществени интереси поставя пред организациите непрекъснато нови проблеми за решаване. Те трудно се управляват и придават особено важно значение на разработване на тяхната стратегия, особено на тези от дребния бизнес, което е от изключителна важност за нашата страна.

Стратегията се свързва с идеята за разгръщане на действия срещу опонент. Думата произлиза от гръцката „страте-гос”, което означава командир на войски и носи определено военен смисъл на поддръждането на армия срещу противник за завоюване на определени цели. Днес този термин се използва много по-общо, отнасяйки го към всеки вид стратегия на обществения и икономическия живот. В бизнеса стратегията се отнася до управление на икономически ресурси на фирмата с цел успех в борбата й с конкуренцията.

Стратегическото планиране е комплекс от действия и решения, които предприема ръководството за решаване на специфични стратегии, за да се помогне на организацията да достигне своите цели (Табл.1). То е инструмент да осигури нововъведенията и измененията в организацията в достатъчна степен.

Табл.1. Процес на стратегическо планиране.

Процес на стратегическо планиране	
1	Мисия на организацията
2	Цел на организацията
3	Оценка и анализ на външната среда
4	Проучване на силните и слабите страни на организацията
5	Оценка на стратегията
6	Реализация на стратегията
7	Избор на стратегия
8	Анализ на стратегическите алтернативи

Стратегическият план се обосновава на обширни изследвания и фактически данни. За да може ефективно да се конкурира в бизнеса, фирмата трябва постоянно да събира голямо количество информация за отрасъла, пазара, конкуренцията и други фактори.

Стратегическите планове трябва да се разработват така, че да останат непроменени за продължителни периоди от време, но и да са достатъчно гъвкави, за да може да се модифицират и да се преориентират.

Общият стратегически план трябва да се разглежда като програма, която направлява дейността на фирмата за продължителен период от време, съобразявайки се с променящата се делова и социална обстановка в страната.

СТРАТЕГИЧЕСКИ ЗАДАЧИ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА [1-12]

Решението на проблемите, с които се сблъсква организацията (фирмата), непосредствено след своята регистрация, могат да се разделят на стратегически, оперативни (тактически) и ситуационни. Ситуационните задачи застават на преден план веднага след установяване на статуса на юридическото лице, в хода на непосредственото взаимодействие на фирмата с нейните контрагенти, клиенти и конкуренти. За правилната оценка на възникналата ситуация и избора на най-добрите форми на ситуационно поведение учредителите на фирмата, а в последствие и нейните мениджъри са длъжни да се ръководят преди всичко от заобикалящата ги среда, дейността на фирмата и други фактори.

Успехът на организацията, особено в началния етап на развитие, зависи от това до каква степен стратегическите задачи на дадената организация са представени и в нейната тактика, а тактическите задачи – в конкретните модели на ситуацията.

Краткосрочните делови перспективи формират основата на оперативните (тактически) задачи. Към тяхното решаване учредителите на фирмата пристъпват, набелязвайки стратегията и перспективите за дългосрочно развитие. След това, изхождайки от съдържанието на оперативните задачи, фирмата пристъпва към разработване, прогнозиране и моделиране на ситуационните задачи, т.е. започва определянето на съдържанието и алгоритмите на своето собствено поведение в процеса на взаимодействие с конкретни клиенти, контрагенти и конкуренти. Като правило тези задачи произтичат от необходимостта за обезпечаване на организационните, юридически и финансови основи за пълноценното функциониране на предприемаческата организация.

Всяка стопанска единица трудно съществува, ако няма и не следва една ясна реалистична стратегия. Стратегията се разработва на основата на прогнозите за потребителско търсене и други специфични изисквания на пазара за период от няколко години. Всъщност по отношение на продължителността на периода в бъдеще няма единно мнение. Някои препоръчват продължителност на стратегическия план две, други – пет, дори и повече години. Всяко стратегическо решение съдържа в себе си определена доза неопределеност и риск. При оценяване на риска се работи с вероятности и колкото той е по-малък, толкова вероятността да се случи събитието е по-голяма. Стратегическите решения винаги изискват хода на събитията да се разглежда за относително дълъг бъдещ период. Всяко бъдещо събитие по същество е малко или повече неопределено.

Стратегията на организацията е обвързана с вътрешните възможности на фирмата и с нейните собствени основни ресурси: на оборудването, на финансовите ресурси и на персонала.

Наборът от основните компоненти на стратегията трябва да позволява да се обхванат и решават най-важните стратегически задачи, от които ще се определи ефективното бъдещо развитие на организацията.

Тук се включват:

- основна стратегическа цел на организацията;
- силни и слаби страни и необходимите управленски действия, които трябва да се предприемат за увеличаване броя и силата на силните страни и намаляване (ликвидиране) на слабите страни;
- конкурентоспособност, конкурентна борба; постигане на синергичен ефект, т.е. осигуряване на по-голям ефект на фирмено равнище от сумата на ефектите, получавани от елементите на системата;
- ресурсоосигуреност на стратегията при определени приоритети на разпределението на основните потоци и ресурси и осигуряване на най-правилното им използване;
- организационно-структурно усъвършенстване с оглед адаптиране на организационната структура на управление към разработената стратегия;
- организационната политика по основните направления на системата за управление на персонала.

Стратегиите могат да се класифицират по няколко критерия. Тук е използван според равнището на управление. От тази гледна точка се различават следните стратегии:

Корпоративна (фирмена) стратегия, формулираща общите въпроси за цялата организация и е средство за нейно интегриране.

Бизнес (конкурентна) стратегия – необходима, ако организацията развива няколко относително автономни бизнеса и затова работи на различни пазари. Стратегиите на бизнес единиците, от една страна, им придават облик и описват как ще работят, а от друга страна, трябва да бъдат съвместими с корпоративната стратегия.

Функционалната стратегия се отнася за всяка отделна област – финанси, човешки ресурси, технологии, доставки, производство, маркетинг, дистрибуция, продажби, сервиз след продажбата, административна дейност.

Всяка от функционалните стратегии съдейства чрез своите средства и възможности за реализацията на корпоративната и/или бизнес стратегия. Помежду си те трябва да бъдат съвместими и непротиворечиви, за да спомогнат за постигане на стратегиите от по-горните нива.

При избора на стратегия се поставят няколко основни критерия:

Съвместимост – стратегията не трябва да съдържа взаимно изключващи се цели и политики;

Хармония – стратегията трябва да представлява адаптивен отговор на външната среда и на съществените промени, които стават в нея;

Напредък – стратегията трябва да осигурява възможност да създаде и/или да се поддържа конкурентно предимство в избраната област на действие;

Изпълнимост – стратегията не трябва нито да претоварва наличните ресурси, нито да създава неразрешими проблеми.

Изборът на стратегия е само отправна точка в общия процес на разработване и осъществяване на стратегическия план (Табл.2).

Табл.2. Процес на стратегическо управление.

ФОРМУЛИРАНЕ НА СТРАТЕГИЯТА	
	Мисия
	Цели
	Стратегии
	Политики
ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ НА СТРАТЕГИЯТА	
	Програми
	Бюджети
	Процедури
ОЦЕНКА И КОНТРОЛ	
	Реализация

Стратегическият план е твърде обобщен и не може да бъде непосредствено осъществяван, докато не бъде приведен на „изпълним“ език. Това става постепенно, като въз основа на стратегическия план се разработва тактически план – за по-кратък период с повече подробности. За да се стигне до ежедневните задачи на всяко подразделение и работно място, се разработва оперативен план и график за работа.

В работата си всяка организация се нуждае и от стратегически, и от тактически (за операциите), и от оперативни планове, за да съумее да обхване както цялостната картина на бизнеса, така и детайлите от ежедневието му.

Следващата стъпка във формирането на стратегията е определянето на мисията на организацията. Мисията, т.е. основната цел на фирмата характеризира какво представлява тя, защо съществува и какво е единственото по рода ѝ място, което тя заема в обществото, т.е. с какво се занимава. Мисията определя ролята, която организацията иска тя да играе в обществото, определя базовите цели и корпоративната култура на сътрудниците. Мисията и прецизното прозрение в бъдещата реалност, тя е управленски инструмент, стил елемент от поведението на ръководителя, на управление на човешките ресурси или фирмената култура. Тя е първата крачка в процеса на конкретизиране на стратегическата фирмена политика. Тя отразява общия път, свързващ в едно отделните видове дейности. Мисията служи за постигане на висшестоящите цели на стопанската единица. Тя често съдържа елементи на дългосрочна стратегия. Разкрива философията, принципите, бизнес дейностите, вярвания и виждания на висшите мениджъри за развитието на стопанската единица и на нейния имидж.

Чрез мисията се формулира кредото на бизнеса на всяка единица, стандарта на нейното поведение. При отсъствие на мисия краткосрочните действия могат да влязат в противоречие с дългосрочните цели.

При определяне на мисията на организацията е необходимо да се отчете:

Формулиране задачите на организацията от гледна точка на производството на продукти, а така също основните пазари и ключовите технологии, използвани от нея;

Положение на организацията във външната среда;

Култура на организацията: работен климат, типове работници, основни взаимоотношения между ръководителите и служителите;

Кои са клиентите (потребителите), кои от тях може организацията да удовлетвори, като потребности и изисквания.

Мисията на една организация е основната причина за участието ѝ в бизнеса. Това е главната цел, залегнала в концепцията ѝ, в чиито рамки се включва и въпросът за това, какво прави компанията за своите клиенти, служители, акционери и за всеки, който по някакъв начин е свързан с нея. Мисията на една фирма може да бъде дефинирана много широко, но обикновено се подкрепя от други по-специфични и конкретни задачи. Организационната мисия играе изключително важна роля в процеса на стратегическото планиране. Тя е отправна точка за висшите мениджъри при определяне на следващите стратегически компоненти. При нейното формулиране трябва да се даде недвусмислен отговор за основната цел, причината за съществуването на организацията. Мисията, освен това, включва и неща, непряко свързани с дейността на служителите и ръководството, като организационна култура и етика. Определянето на организационната мисия е творчески процес, при който важна роля играят не само знанията и уменията на мениджърите, но и ценностите, които споделят.

Добре формулираната мисия трябва да включва четири елемента – основна цел, стратегия, норми на поведение и ценностна система.

Целта на една организация за бъдещ период от време е да удовлетворява потребностите и нуждите на своите клиенти, в поширок мащаб на населението. Целите обикновено са свързани с бъдещето, например през следващите 6 месеца. Като правило те може да се определят с помощта на показателите време и количество. За този случай това са кратковременни, непосредствени цели. Тези цели трябва да са свързани със средносрочните цели, чиито период от време е от една до пет години. Те трябва да се съгласуват с дългосрочните цели, чиито период от време е от 5 до 20 години. Всички те трябва да имат съответната съгласуваност, за да се избегне конфликтът между тях.

Целите се формулират на база хипотезите за развитие на организацията в бъдеще, за това тяхната обосновааност зависи от точността на тези хипотези. Колкото по-продължителен е един времеви период, толкова по-общо ще бъде формулирана целта.

При определяне на целите за малките и средните организации (фирми) трябва да се отчитат бързопроменящите се икономически и финансови условия на европейската и глобалната икономика, т.е. целите да бъдат средносрочни.

Основната цел е необходимо да дава ясна представа за причината за съществуването на организацията. От тази цел различните физически и юридически лица, които имат отношение към работата ѝ имат различно отношение. Това са така наречените „стейкхолдери“. На първо място са акционерите на организацията, които имат за цел да се увеличава печалбата. Такова отношение имат и служителите на фирмата. Важно отношение има и държавата и нейните ведомства, които следят за работата на организацията от гледна точка на задоволяване интересите на населението, социално осигуряване, опазване на околната среда и др.

За нашата страна, където все още се установяват новите икономически отношения, съобразени с европейските изисквания на пазарната икономика, основната цел на организациите е получаване на устойчива печалба. Социалните цели, например нивото на благосъстоянието на служителите по косвен начин произтича от крайната печалба.

Определянето на стратегията не е самоцел, а първата стъпка към създаване на бизнес план за дейността. Стратегията е основата, около която построяваме бизнес процесите, определяме квалификацията и изискванията към служителите, изготвяме финансови бюджети и прогнози, определяме методите и средствата за реклама и привличане на клиенти, съставяме графика за изпълнение, въпроси, определящи ефективното и успешното бизнес планиране и др.

Стратегията всъщност е начинът, по който организацията реагира на заобикалящата я действителност, за да изпълни своята мисия и свързаните с нея задачи. Трябва да се отбележи, че не се говори за начина, по който фирмата подхожда към своя пазар, за да осъществи съответната мисия. Това се дължи на факта, че маркетингът на продукта е само част от стратегията; понятието обаче обхваща и всичко останало, което фирмата прави по принцип.

Стратегията е основен принцип в дейността на организацията. Тя се свързва с начина, по който се дефинира бизнесът на фирмата, и с подходите, които се възприемат, за да се ръководи. Понятието е толкова широко, че е трудно да се обобщи в няколко изречения. То се отнася буквално до всичко, което дава облика на компаниите (фирмите), включително и до нещата, които те произвеждат, до начините, по които развиват и придобиват продукти, по които се отнасят към пазара, според които взаимодействат със служителите, доставчиците, инвеститорите и общността.

Всяка компания има стратегия, дори и тя да не е разработвана умишлено и целенасочено. В този случай стратегията на фирмата се свежда до начина ѝ на действие. Следователно тук действията на организацията ще отразяват избраната от нея стратегия; стратегията може да бъде обмислена, но може и „просто да се случи“. Втората ситуация понякога може да бъде истински проблем и то за начинаещите фирми. Стратегии, които не са анализирани и внимателно планирани, най-често се разкриват като поредица от случайни решения, повечето взети под определен икономически, производствен и друг натиск. Подобен непланиран подход към дългосрочното мислене често води до хаотичен бизнес, който е свързан с кратък живот на организацията като се имат предвид променящите се динамично икономически условия на живот в национален и международен мащаб.

Относно стратегията в контекста на големите организации е писано обширно, но относително малко се говори по въпросите на прилагането на присъщите ѝ принципи в дребния бизнес. При определени важни случаи стратегическото мислене е също толкова важно за малките фирми, колкото и за големите.

Понятието бизнес стратегия започва да се развива през петдесетте години на XX^{ти} век, когато в сферата на бизнеса стартира разгръщането на сериозни дългосрочни планове. Допреди този момент хората ръководят компаниите в по-голяма или по-малка степен на принципа на реакцията. Тоест те отговарят на

нуждите и на непосредствените условия, които засягат техните фирми, правейки единствено краткосрочни прогнози за бъдещето, най-вече за целите, необходими за разработване на бюджета.

Впоследствие, скоро след средата на века, хората започват да си задават въпроса защо някои фирми имат успешно дългосрочно управление, а други - не. Размишляването над този въпрос подтиква мениджърите и бизнес специалистите да опитат да открият какви са начините да стоят на върха или да избегнат съдбата на изоставащите.

Първата реакция е да се стартира с изработването на дългосрочни планове, в които мениджмънтът анализира условията, очаквани в бъдеще и извежда стратегии за удържане или за подобряване на конкурентоспособните позиции. Плановите най-често се състоят от две части - числова прогноза за финансовото представяне и писмено описание на очакваното развитие на фирмата съобразно разгръщането на индустрията и на икономиката ѝ. Времевият хоризонт бива обикновено от пет до десет години.

Дългосрочното планиране обикновено се насочваше към съсредоточаване около пазара на продукта и до конкуренцията с други подобни фирми, така че плановите имаха за фокус най-вече пазарно отношение и свързаните с тях маркетинг отдели. Очевидно бе също така и че успехът на дългосрочното управление зависи и от персонала на компанията, от неговата организираност и съвместна работа. Поради това още от самото начало идеите от полето на организационното поведение представляваха значителна част от дългосрочното планиране. Други дейности, като производството, инженеринга, финансите, бяха разглеждани по-скоро на базата на отделните случаи.

Оказва се, че значението на дългосрочното планиране не се свежда до изработването на документ като краен продукт. Такъв, разбира се, не е излишен, но истинската полза е открита в самия процес на планиране. Планирането на едно дългосрочно управление принуди мениджмънта да мисли внимателно за това, какво предстои да се случи около съответната компания и да се формулират идеите, отнасящи се до принципите, според които би трябвало да се реагира на променените условия. Всъщност, това доведе до идеята, че компаниите сами биха могли да предприемат определени действия, извличайки полза от конкурентната обстановка.

С течение на времето хората, ангажирани в този дългосрочен и ориентиран в перспективата на бъдещето процес, обръщат внимание на извършваната работата в съответния дял на икономиката, познат като индустриална организация. Икономиката на индустриалната организация изучава конкурентоспособността и структурата на индустриите. Тя изследва не само факторите, които довеждат до консолидирането на няколко стопански дейности в големи компании, в съпоставката с други, които остават фрагментирани на множество малки фирми, но също така и защо определени индустрии проявяват активност в борбите на конкуренцията, докато други участват кротко и „по джентълменски” в съревнованията.

Следователно, това, което днес разбираме под стратегия, на основата на научната литература и изследванията на водещите световни капацитети в тази област, е първоначално сбор от три неща:

Основните принципи на мениджмънта, главно от областите на маркетинга и организационното поведение.

Техниките за анализ и идеите на икономиката на индустриалната организация.

Някои уникални методи на представяне и анализ, развивани успоредно със самото направление.

Стратегията може да се развива като се използват две идеи на разработване:

Организации, развиващи основно една стопанска дейност. Известен като стратегия на надпреварата или стратегия на стопанската дейност, този набор от идеи се занимава с подхода на традиционните фирми към заобикалящата ги среда.

Ниво на корпоративната стратегия. То се отнася до ръководенето на компании, които са съставени от два или повече отдела, работещи в различни сфери на стопанска дейност. Понятието обхваща ръководенето на отделите по начин, който да подобри тяхното съвместно представяне в сравнение с онова, което биха имали поотделно, ако не се намираха под общата корпоративна стратегия.

Терминът „надпревара” в бизнеса има по-широко значение, отколкото при ежедневната си употреба. Надпреварата се отнася до конкуренция между търговци. В стратегията тя включва също и ред други неща, като например надпреварата за суровини и др.

Корпоративната стратегия по принцип е от компетенциите на топ мениджмънта на големите компании. При нея се решават две основни задачи. Първо, тя е важна за хората, работещи в отделите на големите компании, защото засяга директивите, които идват от ръководството, като по този начин влияят върху стратегията на конкуренцията между отделите.

Втората причина е, че корпоративната стратегия е свързана с въпроса за диверсификацията, предприемана от малките компании. Малките и средните фирми често планират разширения на бизнеса в повече от една стопанска дейност, а начинът на мислене, стоящ зад корпоративната стратегия, би могъл да ги улесни при вземането на подобни решения. Йерархията на стратегиите може да бъде представена по различен начин, като се използват съответни ключови думи или критерии. Например стратегията може да бъде:

- корпоративна стратегия;
- стратегия на стопанската дейност (стратегия на конкуренцията);
- стратегия на функционалната област;
- оперативна стратегия (стратегия на отдела).

Страстиите на по-ниско ниво трябва да подкрепят стратегиите на по-високото ниво. С други думи, стратегическото мислене трябва да бъде вложено още в най-ниските нива на организацията, за да се осигури изграждането на една цялостната система, която да работи в посока на постигането на мисията и целите на фирмата. В контекста на нейната цялостна стратегия може да се субординират следните стратегии, на базата на които функционира фирмата:

- производствена;
- маркетингова;
- финансова.

Много важно за правилното функциониране на една организация и то в условията на кризисна икономика, е разработването на маркетингова стратегия. Моделът на такъв вид стратегия трябва да съдържа следните елементи:

- целеви пазар;
- пазарна позиция;
- сравнителни конкурентни предимства;
- основни цели;
- маркетинг микс;
- основни идеи за реализиране;
- разпределение на ресурсите.

Стратегическото мислене обуславя постигането на добри резултати на една фирма, в рамките на която всеки един има идея накъде отива предприятието и какъв е индивидуалният принос за неговото развитие.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Съвременният темп на изменения и увеличаване на знанията е толкова обширен, че стратегическото планиране е единственият способ за формално прогнозиране на бъдещите проблеми и възможности. То осигурява на управлението средство за създаване на план с дългосрочно действие. Дава така също основа за приемане на конкретни и приемливи решения. Познавайки това, което организацията трябва да реализира, подпомага да се уточнят най-подходящите пътища за неговото реализиране. Формалното планиране понякога намалява риска при приемането на определени решения. Приемайки обосновани и систематизирани планови решения, ръководството намалява риска от приемането на неправилни решения поради грешна или недостоверна информация за възможностите на организацията или от действието на външна ситуация. Планирането, когато то служи за формулиране на установени цели, помага да се създадат единство на общите цели вътре в организацията.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Stimulation of the Staff in the Organization. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 78-0- 9955865-3-6, pp. 32-37.
- [2] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Approaches for Decision-Making in the Organization. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.37-44.
- [3] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Possible Solutions for the Efficient Solution of the Problems in the Organization. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.44-51.

-
- [4] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Interpersonal Styles for Resolving Conflicts in the Organization. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.295-300.
- [5] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Possible Solutions for Management of Stress and Conflicts in the Organization. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.300-305.
- [6] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Occurrence of Labor and Conflict Conflicts in the Organization, Decisions at a Mobbing Situation. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.305-311.
- [7] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Recognizing Mobbing And Limitation Of Its Activities In The Organization. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp. 311-317.
- [8] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Methods for Resolving Conflicts and Managing Stress at the Workplace. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.317-324.
- [9] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Management Styles in the Organization. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.324-329.
- [10] Terziev, V., Georgiev, G., Georgiev, M. Strategic Concept of the Company. // Scientific journal „Economics and finance“ Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017, ISBN 978-0-9955865-3-6, pp.329-335.
- [11] Младенов, Ю., Терзиев, В. Управление на човешките ресурси, Русе, 2011, 182 стр., ISBN ISBN 978-954-8952-57-6.
- [12] Terziev, V., Banabakova, V., Stefanov, S., Georgiev, M. Evolution of the marketing concept, marketing mix – „mix of components“ or a set of actions. // Fifteenth International Scientific Conference: Knowledge in practice, 15-17.12.2017, Bansko, Bulgaria. International Journal of Knowledge and Learning, Institute of Knowledge Management- Skopje, 20, 2017, N 1, pp. 213-218, ISSN 1857-923X (for e – version), ISSN 2545-4439 (for printed version).

REGIONAL POLICY IN REPUBLIC OF MACEDONIA IN CONTEXT OF EU INTEGRATION POLICIES

Marija Karaeva

Republic of Macedonia, karaevamarija@gmail.com

Savo Ashtalkoski

FON University, Skopje, Republic of Macedonia, savo.ashtalkoski@fon.edu.mk,

Slavcho Chungurski

FON University, Skopje, Republic of Macedonia, s.chungurski@utms.edu.mk

Abstract: As one of the priorities of the European Union, regional policy provides a platform for the regions to be proactive in realizing the benefits of integration and due to the additional fact that Republic of Macedonia aims towards EU integration, the goal of this paper is to provide an answer of the question, whether regional policy in Republic of Macedonia is on the right track and if there is a need for certain interventions and changes in the existing legal framework. Within the frame of this paper the problems in the field of regional development the Republic of Macedonia which are the basis for the establishment of regional policy, will be discussed. After short description of the state of the art of the regional policy in Republic of Macedonia, special attention in the paper will be given to the sources of financing of the regional policy in RM. At the end the focus will be put possible software solution for improving the coordination between regional policy with other sectorial policies.

Keywords: Regional policy, EU integration, Financing, Distribution of funds, budget data modelling

1. EU COHESION POLICY 2014 - 2020

Cohesion Policy is the EU's main investment policy. It aims to reduce the disparities that exist between EU regions, promoting a balanced and sustainable pattern of territorial development, by supporting job creation, business competitiveness, economic growth, sustainable development, and an overall improvement in the quality of life. It is also an expression of solidarity, focusing support on the less developed regions in order to help them to catch-up and to reduce the economic, social and territorial disparities that exist across the EU. (European Union, 2018, p.17)

The Cohesion policy has 'cemented' the Internal Market and is a factor in the stability of monetary union and it also has an important 'learning effect': the funds provide a framework for exchange of experience, mutual learning and lesson-drawing on regional development practices across countries and regions. (Bachtler, Gorzelak, 2007, p.318).

The investments help to deliver many other EU policy objectives. It complements EU policies such as those dealing with education, employment, energy, the environment, the single market, research and innovation.

By 2020 the EU aims to meet five concrete objectives – on employment, innovation, education, social inclusion, and climate/energy. Each Member State has adopted its own national targets in these areas.

In order to reach these goals and address the diverse development needs in all EU regions, EUR 351.8 billion – almost a third of the total EU budget – has been set aside for Cohesion Policy for 2014-2020. (European Commission, 2014, p.2)

The level of investment reflects the development needs of the Member States. Regions are categorized according to their Gross Domestic Product (GDP) as more developed, transition or less developed. Depending on this, the Funds can provide between 50 % and 85 % of the total financing of a project. The remaining financing can come from public (national or regional) or private sources. The overarching aim of the Policy is to make Europe's regions and cities more competitive, fostering growth and creating jobs.

Priority for cohesion policy funding is given to regions whose development is lagging behind the EU average, with more than half (EUR 181 billion) of the total allocation set aside for less developed regions whose GDP per inhabitant is lower than 75 % of the EU average. Statistics on regional accounts are used to classify regions for the allocation of structural and investment funds, with the NUTS classification providing the basis for regional boundaries and geographic eligibility. (European Union, 2018, p.19)

2. REGIONAL POLICY IN RM TOWARDS EU INTEGRATION POLICY

2.1. General information - country context

Regional economic development is a key objective of the Government of Macedonia. It is a precondition for enhancing the social and economic development of a region. In combination with the approach of smart specialization, regional economic development fosters the exploitation of inherent potentials.

Regional economic development is a crucial element in the integration processes into the European Union and an important prerequisite for balanced and sustainable development of the country. Since 2007, when the first efforts were initiated, significant progress in development of the legal and institutional framework for regional development has been made. Moreover institutions were established, on both national and regional levels, to implement the regional development policy and funds.

The regional development is a long-term complex process the main goal of which is reducing the development disparities among and within the planning regions. The complexity of the regional development rests on its multidimensionality, or rather on the intertwining of the economic, demographic, social, spatial, cultural and many other development aspects. Therefore, the successful implementation of the regional development policy hinges on the wider understanding of the regional development concept, the efficient connection of the regional development policy to the sectoral policies and the provision of the necessary support on by the relevant institutions. In that sense, the regional development is a continuous state financial support and at the same time a high level of coordination among the ministries, donors and the parties concerned, on both regional and local level.

The legal framework and institutional structure that was established as a result of the enactment of the Law for balanced regional development is the main factor that supports the successful implementation of regional development policy in Macedonia. The current institutional arrangements include to a certain degree well defined responsibilities of the key institutions in charge of the regional development, the processes and sources of their financing, their mutual rights and obligations, as well as methods and channels of inter-institutional communication. Such well- placed structure is particularly important in a situation when the country has only two administrative levels and the newly established regional institutions have only development competences.

The Law established eight planning regions (following the NUTS III level) and defines the following policy stakeholders:

1. Council for Balanced Regional Development of the Republic of Macedonia;
2. Ministry of Local Self-Government;
3. Councils for Development of the Planning Regions

and the following operational stakeholders in the regional development:

4. Bureau for Regional Development;
5. Centres for Development of the Planning Regions, and
6. Units of the Local Self-Government. (Министерство за локална самоуправа, 2007, член 15)

The Council for Balanced Regional Development is the main integrative body on a national level, ensuring harmonization of the balanced regional development policy with sector policies and the macro-economic policy of the Republic of Macedonia. It is composed of 18 members; 9 of them from the central government (the Vice President of the Government of the Republic of Macedonia in charge of economic affairs; as well as Ministers in charge of the Ministries for: Local Self-Government, Finance, Economy, Transport and Communications, Labour and Social Policy, Culture, Environment and Spatial Planning, and Agriculture, Forestry and Water Management), together with 9 members from the regions/local self-governments: the Presidents of the Regional Development Councils (8 of them) and the President of ZELS (the Macedonian Association of the municipalities).

The Ministry of Local Self-Government is authorized to create and carry out the national Policy for Balanced Regional Development. In cooperation with the other line Ministries that allocate funds for stimulation of regional development, it is responsible for defining and implementation of the national policy in accordance with other national strategic documents. As a separate entity within the Ministry, the Bureau for Regional Development is responsible for management of the national policy of regional development. It acts as a main operational unit in the implementation of the policy: distribution of the funds and main support to the Centres for Development in the regions.

Councils for Development of the Planning Regions are established for each planning region and constitute of the Mayors of the municipalities from the respective region. They are responsible for the development policy within the own region by: formally adopting the regional development documents, coordination of the diverse regional stakeholders in the development area, identifying the areas with special development needs in the region and promoting cross-border cooperation with regions from other countries.

The Centres for Development of the Planning Regions (established by the municipalities from each region) are the main bodies for implementation of the activities for regional development and are responsible for the preparation of regional development documents. At the same time, they are the main regional driver for utilization of the national funding for development dedicated to their region by preparation and implementation of development projects.

Despite the achieved progress, the national and regional partner institutions are not yet able to fully implement the policy for Balanced Regional Development (BRD) in line with EU requirements. The main challenge which still

remains is the distribution and implementation of the budget for BRD. Moreover, horizontal and vertical coordination in the area of BRD is still not efficient. There is a lack of inter-institutional coordination during processes for preparation and implementation of national support programmes. Proper mechanisms identifying, monitoring and evaluating the financial allocations and other support measures for regional projects in different planning regions are also missing.

2.2. Financing of regional policy in RM

According to the Law for Balanced regional development, the main sources for financing the regional policy in Republic of Macedonia are:

- Budget of the Republic of Macedonia;
- The budgets of the units of local self-government;
- European Union Funds;
- Other international sources;
- Donations and sponsorships from natural persons and legal entities;
- Other funds stipulated by law.

The funds for BRD are allocated by the Government of the Republic of Macedonia in the following manner:

- 70% for financing projects for development of the planning regions,
- 20% for financing projects for development of areas with specific development needs,
- 10% for financing projects for development of villages. (Министерство за локална самоуправа, 2007, член 27 - 30)

The funds for financing projects for development of planning regions, are to be allocated according to planning regions, pursuant to the classification of planning regions based on their level of development. The basis for determining the level of development of the planning regions are the economic development index and the demographic index. More specific criteria and indicators for determination of the level of development are established by an act of the Government of the Republic of Macedonia. (Службен весник бр.162/2008, декември 2008)

The law provides an annual appropriation of funds from the state budget in the amount of at least 1 % of GDP to encourage balanced regional development, but in the years since the adoption of the Law the amount of funds that are being implemented through the Ministry of Local Self Government and Bureau for Regional Development is far lower than the amount of the obligation.

Taking into consideration the fact that regional policy means: strengthening the economy; business support; the knowledge society and promotion of research and innovation; human resources, employment and social cohesion; modernizing environment, transport and energy infrastructure; developing sustainable communities etc., it is obvious that also the budgets from other line ministries should be taken into consideration.

However, if the funds allocated in the line ministries for investments in the regions are considered, the total budget allocated on national level (outside of MLS and BfRD) for support of regional development will be more than 1%. This would indicate that the Law on balanced regional development is nearly fully followed (1% from GDP for regional development), but it must be noted that the funds from the other ministries are not distributed based on the level of development of the planning regions, they do not involve the regional structures in the phase of programming and implementation nor do they match the identified needs and priorities in the RD programmes of the regions.

To date, only three programmes have been distributed according to the level of development of the planning region with total budget of 15.395.665 EUR., which represents around 0.2% of GDP. (Table no.1). (<https://www.finance.gov.mk/mk/node/4105>)

Table 1 – Distribution of funds according to the level of development of the regions

Institution responsible for programming	Institution responsible for implementation	Name of a legal document	Budget program	Name of the budget program	Budget 2016	Budget 2018
Ministry of Local Self-Government	Ministry of Local Self-Government	Programme for balanced regional development in 2016 (2/16)	OA	Balanced regional development	150,000,000	211,373,000
Ministry of Local Self-Government	Bureau for Regional Development	Programme for balanced regional development in 2016 (2/16)	OA	Balanced regional development	139,300,000	117,000,000
Ministry of Transport and Communications	Ministry of Transport and Communications	Law on Borrowing a Loan by the Republic of Macedonia from European Investment Bank under the Loan Agreement for the Project "Water Supply and Waste Water Treatment" (83/10)	3G	Project for water supply and waste water treatment	438,740,000	620,000,000
TOTAL MKD					728,040,000.00	948,373,000.00
TOTAL EUR					11,818,831.17	15,395,665.58

Sources: Службен весник бр.113/2015, бр.17/2018 (Министерство за локална самоуправа), бр. 17/2018 (Биро за регионален развој).

Based of the Analysis of the annual programs of other line ministries it can be concluded that the Centres for development of the planning regions (CRDs) have little access to the programs from the line ministries. They are clearly defined as potential beneficiaries in only 4 programs (including the Programmes funded by MLS and BfRD):

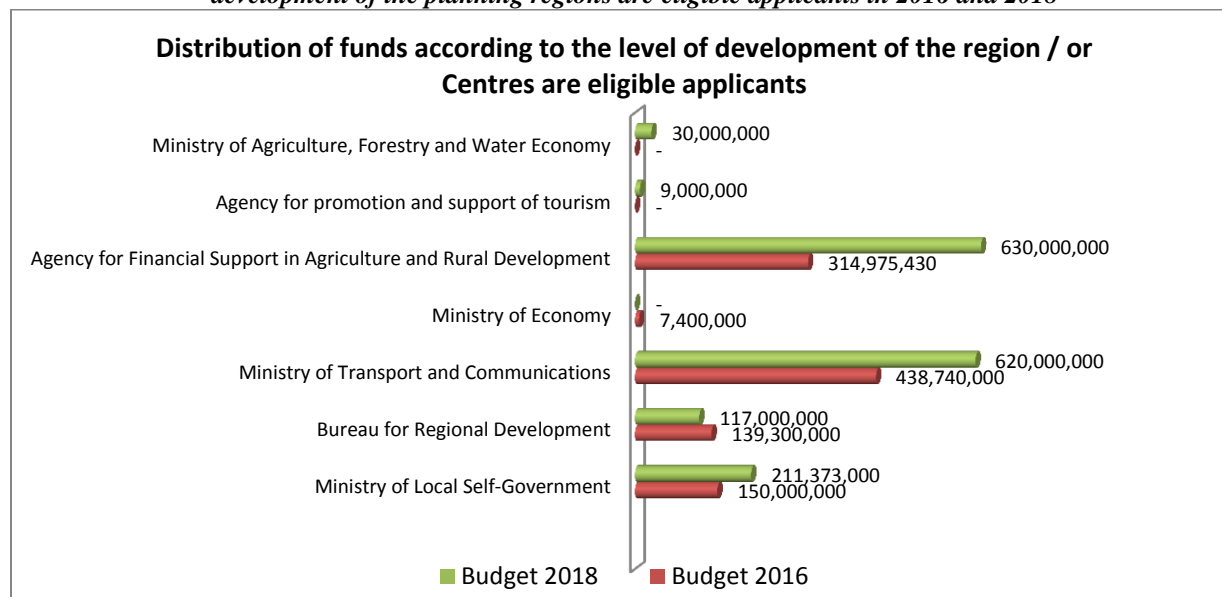
In 2018, Centres for development of the planning regions are eligible applicants in the following programmes from other line ministries)

- Part of the Programme for financial support for rural development for 2018 – Agency for rural development
 - Centres for development of the planning regions are eligible applicants for the measures: 321,322 and 323 from the Programme for financial support for rural development. Each Center was allowed to apply with the project up to 20.000.0000 MKD per each of above mentioned measures. (Службен весник бр.16/2018, Програма за финансиска поддршка на руралниот развој за 2018 година, јануари 2018)
- Programme for capital subvention for development of the planning regions in the area of agriculture and rural development – Ministry of Agriculture, Forestry and Water Economy (Службен

весник бр. 114 /2018, Програма за капитални субвенции за развој на плански региони во областа на земјоделството и руралниот развој, јуни 2018)

The total budget of the above mentioned Programmes where CRDs are eligible applicants / regional policy is taken into consideration in 2018 is 10.878. 048 EUR.

Graphic 3 – Distribution of funds according to the level of development of the regions / or Centres for development of the planning regions are eligible applicants in 2016 and 2018



Some of the reasons for not allocating 1% of GDP according to the level of development from other ministries are:

- The horizontal and vertical coordination in the area of BRD is still not efficient. This points out to the lack of coordination between the sectorial programs of the line ministries, the policy of balanced regional development and additional policies to support the development funded by the EU through programs of pre-accession funds. All mentioned programs are conducted independently of each other, without visible effort for their coordination for achieving better results by focusing on the activities and by pulling resources. Hence, one of the weakest points in the implementation of the policy for the balanced regional development, since the low level of coordination among the relevant stakeholders disables high positive effects and visible improvements in the regions.
- Lack of coordination of the policies for distribution of funds from other ministries based on the level of development of the planning regions
- Lack of capacities within the institutions, which are part of the system, for initiation of balanced regional development in combination with the low level of inner communication process and communication ties between these institutions
- Insufficient amount of fund allocated for RD through MLS (Капаева, 2012, стр. 210 – 212)

D) Next steps

The Cabinet of the Deputy Prime Minister of Economic Affairs, through the project “Sustainable and Inclusive Balanced Regional Development in Macedonia” which is co - financed from the Swiss Agency for Development and Cooperation (SDC) will be especially involved in supporting the Government to allocate and implement funds for balanced regional development in a transparent and predictable manner and according to the level of development of the planning regions. This will be facilitated with the establishment of software system as a technological tool for improving the inter-ministerial coordination in the process of planning, implementation, monitoring and evaluation of the policy for balanced regional development. This software system will be based on comprehensive research on processes and data modelling of the budgeting within target ministries.

The major results of the first phase will provide transparent and structured information on at least 23 programmes relevant for balanced regional development, managed by line ministries, within a proposed sophisticated technical and organizational software system. For each programme, the software will provide information and guidance on the type of investments and budget spent and planned in the regions. It will provide a comprehensive overview and process coordination of the total national resources allocated in the eight regions based on the Law on Balanced Regional Development and will thereby build the basis for successful monitoring and steering by the President of the NCBRD (Deputy Prime Minister responsible for Economic Affairs). Regional Councils will benefit from having improved availability and access to information. This will enhance their efforts to lobby for their interests on a national level. (Project document: Sustainable and Inclusive Balanced Regional Development in Republic of Macedonia, No.:7F-08791.01, 2017)

REFERENCES

- [1] Bachtler, J. and Gorzelak, G, “Reforming EU Cohesion Policy – A reappraisal of the performance of the Structural Funds”, Policy Studies, Volume 28, iss.4, December 2007
- [2] Bachtler, J; Wren, C. Evaluation of European Union Cohesion Policy: Research Questions and Policy Challenges, Regional Studies, Vol. 40.2, April 2006.
- [3] European Commission, An introduction to EU Cohesion Policy 2014-2020, June 2014
- [4] European Union, Cohesion Policy 2014 – 2020, Investing in growth and jobs, Luxembourg: Publications Office of the European Union 2011
- [5] European Union, Eurostat regional yearbook 2018, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018
- [6] Караева, Марија, докторска дисертација - Регионалната политика на Република Македонија во контекст на евроинтеграционите процеси, декември 2012
- [7] Министерство за локална самоуправа, Закон за рамномерен регионален развој на Р. Македонија, мај 2007.
- [8] Службен весник бр. 114 /2018, Програма за капитални субвенции за развој на плански региони во областа на земјоделството и руралниот развој, јуни 2018
- [9] Службен весник бр.17/2018, Програма за рамномерен регионален развој за 2018 година (Биро за регионален развој), јануари 2018
- [10] Службен весник бр.17/2018, Програма за рамномерен регионален развој за 2018 година (Министерство за локална самоуправа), јануари 2018
- [11] Службен весник бр.16/2018, Програма за финансиска поддршка на руралниот развој за 2018 година, јануари 2018
- [12] Службен весник бр.162/2008, Одлука за поблиски критериуми и индикатори за определување на степенот на развиеност на планските региони, декември 2008.
- [13] Службен весник бр.113/2015, Одлука за распределба на средства согласно Договорот за заем по Проектот “Водоснабдување и одведување на отпадни води“, јули 2015.
- [14] Службен весник бр.138/2014, Стратегија за изменување и дополнување на Стратегијата за регионален развој на Република Македонија 2009 -2019, септември 2014
- [15] <https://www.finance.gov.mk/mk/node/4105>, Буџет на Република Македонија за 2018 година
- [16] Project document: Sustainable and Inclusive Balanced Regional Development in Republic of Macedonia, No.:7F-08791.01, 2017

TRANSITION ECONOMIES PROBLEMS WITH SPECIFIC FOCUS ON DEALING WITH SCALE OF CORRUPTION: CASE STUDY – KOSOVO

Ariana Xhemajli

University Haxhi Zeka, Business Faculty, Peja – Kosovo, ariana.xhemajli@unhz.eu

Abstract: Theoretical and empirical debate on the impact of corruption on the economy remains unclear. Many studies on corruption seem that the world is occupied by two kinds of people, "sanders" and "greasers". It depends on what the meaning of "corruption" is for them. Some scholars argue that corruption is an obstacle to economic growth, whereas others believe that corruption can (in some circumstances) endorse growth. Corruption also has a negative impact on investment, Foreign Direct Investment, and economic development as a whole. Measuring corruption is still an issue for most economists due to the difficulties of defining it, and also different forms of corruption require different objective measures. Nevertheless, recently, some measures of corruption have been widely accepted and recognized by researchers. This paper is a critical review at these positions by reviewing the theoretical literature on the impact of corruption on an economy as a whole. In this paper we will treat the corruption level in Kosovo, and its presence in forms and ways how the bribe is been given. Instead, this document reviews different measurements of corruption to reveal that corruption is harmful for the economy.

Keywords: transition, corruption, bribe, Kosovo, public and private sector

1. INTRODUCTION

In the latter part of the 20th century, we witnessed transition from centralized regimes to market regimes (Bulgaria, Poland, and Russia, and especially Republics of ex. Yugoslavia with specific focus in Kosovo). During the transition, economic resources were privatized and market and legal institutions created. The transition, in many cases, was associated with corruption manifested with expropriation of revenues and financial assets from their legal owners, and with the ability to tolerate illicit activities (Naim, 2005). In 1994, for example, a new issue of Komineft stock, one of Russia's largest oil companies, was offered without giving adequate notice to its outside investors. This resulted in the dilution of outside investors' ownership in the company by one-third (see Blasi, Kroumova, & Kruse, 1997, p. 93). Corruption, however, affects some industries more than others. Corrupt activities are concentrated in lucrative industries such as natural resource industries. It is also more common in less-transparent and shadier industries—i.e., industries where theft can go unnoticed (Naim, 2005). In Moldova, for instance, trade in human organs and guns flourishes and is controlled by local families who abide by no law but their own. This paper, therefore, links almost corruption in almost all fields of economy. Corrupt investors may use their power to establish a weak state, which will allow them to capture excess profit and revenue down the line. In Russia, for example, massive privatization accelerated selling control in the largest enterprises cheaply to frauds, which transferred their skimming talents to the enterprises they acquired and used their wealth to further corrupt the government and block reforms that threatened to constrain their actions (Black, Kraaman & Tarassova, 2004). Finally, a link between interest rates and the market institutions is also identified—higher interest rates lead to weaker institutions. To this end, Stiglitz and Hoff (2005) showed that a higher interest rate is negatively correlated with the demand for legal reforms. This paper, shows a level of corruption through the years, especially years after the war (Kosovo 1999), which we will focus on the reports given from institution with high international credibility, in a field of measurement and statistical reports. Corruption remains an issue all over the world. Socio-economic development, the institutional and political setting or the prevailing social and cultural norms are all elements that can shape it in very different manners. But corruption is still a scourge from which no society is truly exempt and it is often reported to be an area of vulnerability for the western Balkan region, including Kosovo. Indeed, the people of Kosovo perceive corruption to be a major problem: the results presented in this report show that they rank corruption the most important problem facing them after unemployment. In this context, comprehensive assessments of corruption can greatly assist governing authorities in better tailoring policies and enhancing the capabilities of anti-corruption bodies. At the same time it is widely accepted that the collection of empirical data in this area represents a real challenge because of the complex and covert nature of corruption. These difficulties are sometimes circumvented by focusing on perceptions about corruption rather than on actual experience of it.

2. LITERATURE REVIEW

Developing countries were under the control of or dependent on developed countries to different extent in many ways during the globalization process in current world, so the current globalization showed a strong trend of

Westernization or Americanization. Globalization is a “double-edged sword” for the almost developing countries that accepted globalization; for it not only brought some development opportunities, but also posed serious challenges. Since USA and China established diplomatic relations in 1979, though the bilateral economic relationship experienced some twists and turns, but the quick development speed has been kept for a long time. Especially after China joined WTO in 2001, the bilateral economic relationship develops further quickly. Economic and political transformation, made that almost all Balkans countries to change the way how the produce goods and services, who will produce them, and for whom will they produce. Especially it was if we can call as “*high cultural change*”, because, most of people used before to work in public sector, and almost all public companies that were operating in Kosovo (before the war – 1999), were in ownership of the state. The biggest problem in privatization of those companies, most of them change in total their nature of producing, ex., some of them 100% changed their economic activity, some of them almost whole economic activity, and there are only some small and little successful stories of privatization process that is almost in disclosure. But, in this whole process, Kosovo remains the poorest country in Europe, with the almost highest level of corruption, and highest rate of employment (EU Commission Progress Report – Kosovo, 2014). Corruption is not a new issue, but has continuously existed in many societies. The level of corruption grows and shrinks over time. Corruption is legally wrong, morally wrong and economically indecent. The most common definition used in literature addressing the economic impacts of corruption is “the abuse of public power for private benefit” (Tanzi, 1998, p. 552). Notwithstanding, corruption as an academic concept largely appeared in the 1960s. The theoretical model that forms the basis of much of the current economic analysis surrounding corruption is the principal- agent (PA) model. The PA model assumes that there is a divergence between the

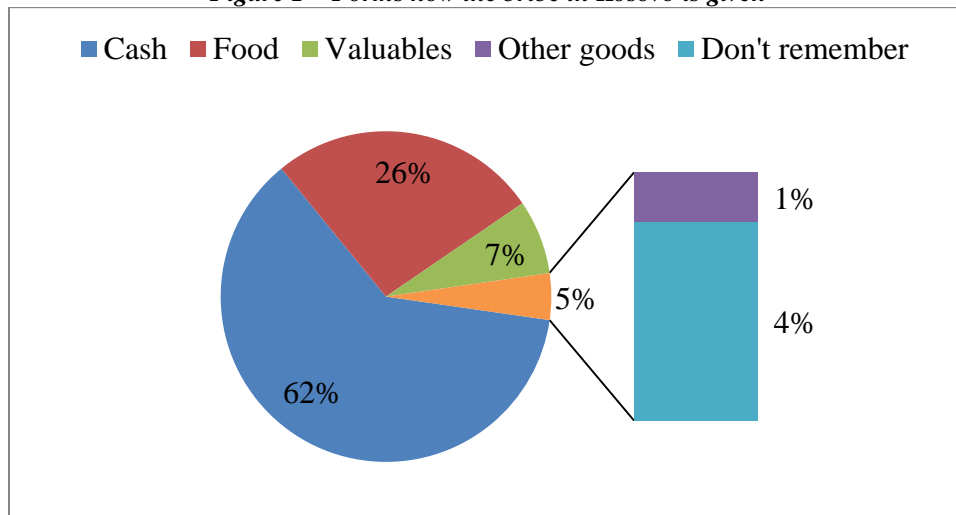
interests of the principal and those of the agent. Corruption happens when an agent deceive the principal’s interest in pursuit of his or her own (Kurer, 2005). This model has been modified to include third parties and is known as the principal-agent-client (PAS) model. This model has added another dimension to the model, as he or she provides another window of opportunity for the agent to engage in corrupt practices. A “queue model” suggested by Lui (1985) describes the situation where bureaucrats allocate business licenses to companies and give preferential treatment to those who bribe the bureaucrats into speeding up procedures. Another model called the “auction model”, developed by Lien (1986), states that bribes in a bidding process might stimulate efficiency since the most efficient firms are habitually those who can bear the highest bribes. The most well-known global index that exists as a measure of corruption and gives complete data in a unified way is the index published by Transparency International. Established in 1993, the goal of the organization is to shrink worldwide corruption by reporting on corrupt practices. The Corruption Perceptions Index (CPI) has been published by the organization since 1997, ranking countries by the degree that business, politicians, public officials, and outside observers perceive corruption. Founded on surveys in a number of countries, the CPI seeks information on the frequency of bribes, the perception of corruption in public administration, and the amount of corruption that bureaucracy (Lambsdorff, 2002). Other additional sources are also used, including the Economic Intelligence Unit Data and the World Bank Business Environment Survey. The inconsistency in the nature of the compound sources in subsequent years is due to the deficiency in the methodology in developing the index, which weakens the comparison. Moreover, the number of sources used in the compound index for each nation varies. In spite of its weaknesses, the CPI is presently considered to be the best instrument available to measure the variability of corruption. Black market activity is another index that can also be used as a measurement of corruption. It is widely known as the sub-index of Economic Freedom Index (EFI). The EFI comprises a component which determines the “irregular payments” levels that occur in the economy of a country on a scale ranging from 0 to 10, with 10 representing a high level of irregular payments. The component of the EFI is measuring the activity level of the black market, which acts as an indirect measure of corruption. The component of irregular payments from the EFI, however, is not available for all countries. The Global Competitiveness Report of the World Economic Forum is the only source of data for irregular payments. A country’s variation in economic development has been correlated with its level of corruption by most scholars who measure economic growth using Gross Domestic Product per capita, Paldam (2002), Treisman (2002) and Montinola and Jackman (2002). Consequently, these researchers discovered evidence of corruption levels declining considerably with increasing economic development. However, Kaufmann and Kraay (2003) refute the argument that higher income per capita results in lower levels of corruption and stress that economic development is a result of low corruption levels. Efforts have been made in the literature to ascertain how corruption affects the growth of the economy. With a cross section of about 97 countries, Tanzi and Davoodi (1998) obtained evidence showing that corruption lowers growth. Similar findings were reported by Leite and Weidmann (2001). Additionally, corruption could act as a tax on investment income hence creating a hostile environment for investors (Bardhan, 1997, p. 1328). It further reduces the quality of investment with the diversion of resources from their

intended use into payoffs (Tanzi & Davoodi, 1997), therefore hampering the economic development of a country. In spite of these views, some researchers argue that its impacts might not inevitably be entirely unfavorable. For example, the ‘grease the wheels’ hypothesis suggests that corruption can be useful for economic growth in a non-ideal world where alterations are caused by imperfect institutions (Huntington, 1968; Leff, 1964; Leys, 1965).

3. RESEARCH DATA BASED ON TOPIC DISCUSSED

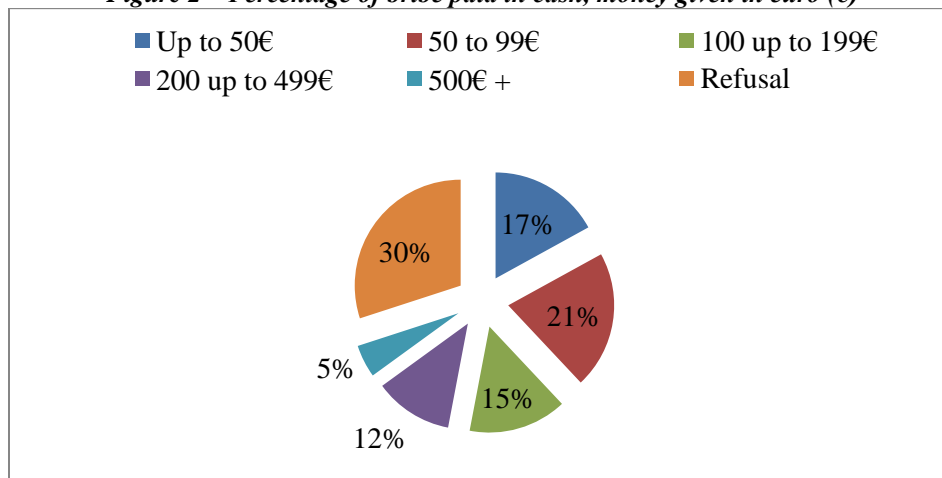
Based on statistical report (UNODC, 2010), payments to public officials come in several shapes and sizes and are made for different reasons in diverse contexts. Money or gifts, for example, may be explicitly requested by public officials for the completion of a procedure or offered by a member of the public to facilitate a service or simply express gratitude for a service rendered. In this chapter, a number of payment characteristics are presented in order to shed some light on what is clearly a complex question.

Figure 1 – Forms how the bribe in Kosovo is given



In Kosovo, (62 %) of bribes are paid in cash while (26 %) are given in the shape of food and drink. Considerably lower down the scale come valuables (7%), other goods (1%) and the exchange of services (0%). A large proportion of bribes take a form that can be interpreted as barter, whether explicit or implicit, between two parties in which each one of them both gives and receives something in the exchange.

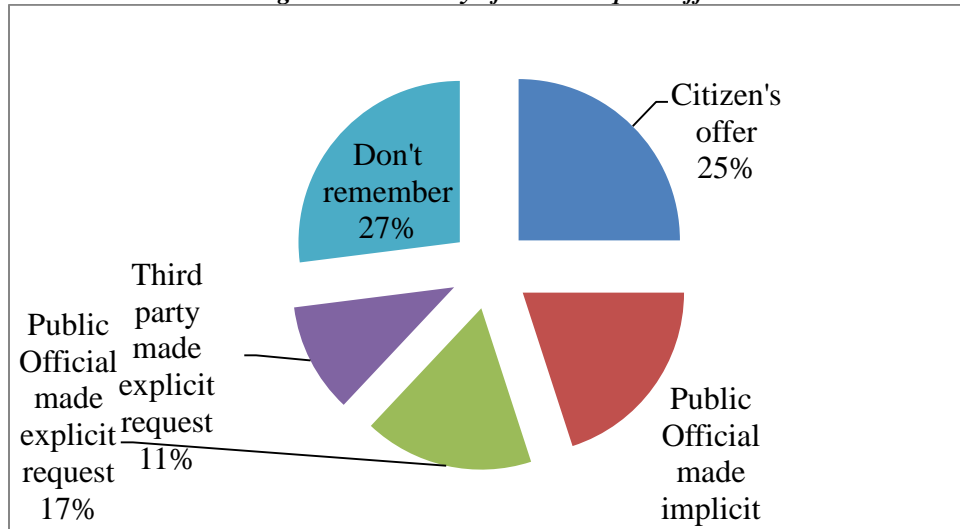
Figure 2 – Percentage of bribe paid in cash, money given in euro (€)



When focusing on bribes paid in cash (figure 4), the results of this survey show that 18 per cent of them are for amounts less than 50 Euro (18%) and that more than a fifth (21%) are in the 50-99 Euro range, 15 per cent are in the 100-199 Euro range and 11 per cent in the 200-499 Euro range. Interestingly, 6 per cent of bribes paid in cash are

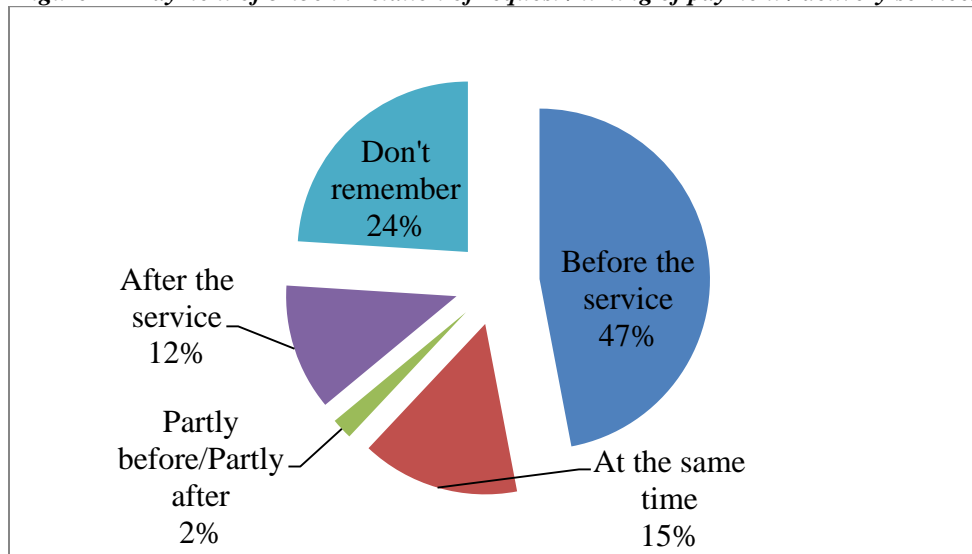
for amounts larger than 500 Euro. While not quite grand corruption these are certainly very considerable amounts for the household involved.

Figure 3 – Modality of bribe / request/offer



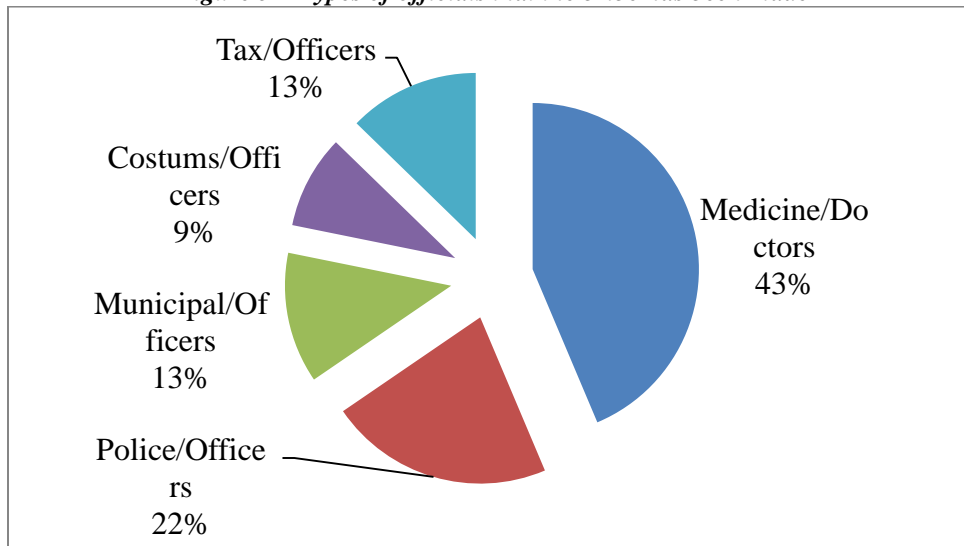
Whereas in almost 50 per cent of cases payment is actually made following a request from a public official, as it is shown in figure above.

Figure 4 – Payment of bribe in relation of request / timing of payment / delivery services



Money is the most common type of payment chosen by the people of Kosovo. It is used in 78 per cent of cases when it follows an implicit request and in 80 per cent of cases when the payment is given before the service is delivered. Money still accounts for 60 per cent of payments made after service delivery but they also include a higher share of gifts in kind, such as food and drink (UNOCD, 2010).

Figure 5 – Types of officials that the bribe has been made



4. DISCUSSIONS AND CONCLUSIONS

A country's variation in economic development has been correlated with its level of corruption by most scholars who measure economic growth using Gross Domestic Product per capita, Paldam (2002), Treisman (2002) and Montinola and Jackman (2002). Consequently, these researchers discovered evidence of corruption levels declining considerably with increasing economic development. However, Kaufmann and Kraay (2003) refute the argument that higher income per capita results in lower levels of corruption and stress that economic development is a result of low corruption levels. Efforts have been made in the literature to ascertain how corruption affects the growth of the economy. With a cross section of about 97 countries, Tanzi and Davoodi (1998) obtained evidence showing that corruption lowers growth. Similar findings were reported by Leite and Weidmann (2001). Additionally, corruption could act as a tax on investment income hence creating a hostile environment for investors (Bardhan, 1997, p. 1328). It further reduces the quality of investment with the diversion of resources from their intended use into payoffs (Tanzi & Davoodi, 1997), therefore hampering the economic development of a country. In spite of these views, some researchers argue that its impacts might not inevitably be entirely unfavorable. For example, the 'grease the wheels' hypothesis suggests that corruption can be useful for economic growth in a non-ideal world where alterations are caused by imperfect institutions (Huntington, 1968; Leff, 1964; Leys, 1965). Although Kosovo's economy grew uninterruptedly since 2001 much of its growth can be attributed to the low base effects as genuine sources of sustainable growth remain absent. High and persistent external imbalances, somewhat mitigated by significant inflow of worker remittances, showcase a weak production base and lack of international competitiveness. Inefficient and heavily subsidized POEs, and ad hoc decision making, characterize Kosovo's public sector. Although measures such as the introduction of the fiscal rule were enacted, their reinforcement mechanisms remain weak. The labor market is characterized by low participation and high unemployment rates. Large shares of youth, long term and unskilled unemployed show deeply embedded structural rigidities. The widespread informal economy, weak rule of law and lack of fiscal predictability remain major obstacles to doing business and improving competition and productivity in the economy. Significant further efforts are needed to develop a competitive private sector and anchor fiscal sustainability. The foreign capital in a country might be undermined by corruption. A study was conducted by Hines (1995), showing that the investors from the US varied from other countries in choosing to locate their FDI to less corrupt countries since 1978. He attributes this to the Foreign Corrupt Practices Act (FCPA).

Another study was conducted by Wei (1997) to examine whether Japan has a propensity to put more money into corrupt countries. There have been other studies conducted to test the correlation between corruption and the capital inflows. Early, Wheeler and Mody (1992) have not found a strong relationship between the host countries and the size of FDI. Recently, however, studies have shown a negative correlation between them. A study undertaken by Wei (1997) revealed a significant negative effect focusing on bilateral flows between 45 host countries and 14 sources in 1990 and 1991. The study found that increasing the level of corruption from that of Mexico to that of

Singapore is equal to increasing the tax rate by roughly 20 percent. Weder and Alesina (1999) used a regression of corruption on FDIs in a cross section of countries. The study concluded that the effect of corruption is significant by testing many explanatory variables and different specifications.

5. RECOMMENDATIONS

Campaigns should be organized, including NGO-s, Students unions, Research centers, Universities, etc., in order to be raised and discussed issues related to social ethics and especially in business ethics aspects.

Competent Investigation institutions of economic crimes should be more constructive when investigating and salving such cases.

Undertake initiatives on behalf of inter-institutional cooperation, which will ensure employment of new candidates, those possessing skills and knowledge gained professionally, with special attention between firms and Universities, since most of the applicants applying for job positions are students or graduated mainly for business and economy.

The role of citizens must be more constructive in the meaning of reporting such known cases to law and order authorities, cases with facts and information in order to discover and solve such mean cases.

Kosovo needs to create a stronger strategy for defending the informal economy, and of course to strong make more effective that tax officers, to collect and stop negative affect's, like is corruption, or other informal activity that can damage seriously economy of a country, and of course one of the poorest country in Balkans and Europe, when our topic of discussions is the main reason of discussion and research.

LITERATURE

- [1] Braguinsky, S., & Myerson, R. (2007). A Macroeconomic Model of Russian Transition. *Economics of Transition*, 15(1), 77–107.
- [2] Brainard, S. L., & Verdier, T. (1997). The Political Economy of Declining Industries: Senescent Industry Collapse Revisited. *Journal of International Economics*, 42(1–2), 221–237.
- [3] Bulte, E. H., Damania, R., & Lopez, R. (2007). On the Gains of Committing to Inefficiency: Corruption,
- [4] Campos, N. F. (1999). *Never Around Noon: On the Nature and Causes of the Transition Shadow*. Center for Economic Research and Graduate Education Center Discussion Paper: 1999–19.
- [5] Campos, N. F., & Giovannoni, F. (2005). *The DeterminantsofAssetStripping: Theory and Evidence from the Transition Economies*. CEPR Discussion PaperSeries No. 5215.
- [6] Coase, R. H. (1998). *The Firm the Market and the Law*. Chicago, IL: Kurer, O. (2005). Corruption: An alternative approach to its definition and measurement. *Political Studies*, 53(1), 222–239.
- Lambdsdorff, J. G. (2002). Making corrupt deals: Contracting in the shadow of the law. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 48(3), 221–241. Le Quan, V., & Rishi, M. (2006). Corruption and capital flight: An empirical assessment. *International Economic Journal*, 20, 523–540.
- [7] Lien, D. H. D. (1986). A note on competitive bribery games. *Economics Letters*, 22(4), 337–341.
- [8] Loayza, N. V. (1996). The economics of the informal sector: A simple model and some empirical evidence from Latin America. *Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy*, 45, 129–162.
- [9] Lui, F. T. (1985). An equilibrium queuing model of bribery. *The Journal of Political Economy*, 93(4), 760–781.
- [10] Mauro, P. (1995). Corruption and growth. *The Quarterly Journal of Economics*, 110(3), 681–712.
- [11] Mo, P. H. (2001). Corruption and economic growth. *Journal of Comparative Economics*, 29(1), 66–79.
- [12] Naim, M. (2005). *Illicit: How Smugglers, Traffickers, and Copycats are Hijacking the Global Economy*. Doubleday press.
- [13] North, D. C. (1981). *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*. New York: Cambridge University Press.
- [14] Olson, M. (1971). *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- [15] Polishchuk, L., & Savvateev, A. (2004). Spontaneous (Non) emergence of Property Rights. *Economics of Transition*, 12(1), 103–127.
- [16] Polterovich, V. (2000). Civil Culture and Economic Transition in Russia.
- [17] Tanzi, V., & Davoodi, H. (1998). Roads to nowhere: How corruption in public investment hurts growth. *The Economic Issues Series*. Washington D. C.: International Monetary Fund.
- [18] Treisman, D. (2000). The causes of corruption: A cross-national study. *Journal of public economics*, 76(3), 399–457. Washington, D.C.: The World Bank.

MANAGEMENT IN BUSINESS**Blerim Shehu**VTC Prizren, Kosovo, Bshehu76@hotmail.com

Abstract: This topic describes the concept and role of leadership, discusses what happens when a leader shows more or less leadership than it is, and explores the power of leadership morality. Leaders are focused in people and how to increase future profit rate for future projects. They often demand from others. Leadership is related to the risks that can be taken and the rewards that may come from them. Focusing on a broader aspect, leaders inspire others, give ideas and raise morals to others.

Leadership is merely the exercise of authority to guide the work of others, so the leader is the one who encourages others to follow him to achieve the goals set out beforehand. So they have the interpersonal power as an ability to influence the behavior of other people. Leadership is raising the vision of people in the highest horizon, raising their performance at the highest standard, building their personality beyond normal limits. Leaders are like front captains who not only inspire their soldiers with physical presence, but also command a proper attack from supporting weapons and exhibit a high degree of bravery and are not afraid of attacking the enemy.

The leader is transformed into worth of honesty, takes the calculated risk and worries workers and consumers.

Keywords: Leadership, Styles, Access to Situations

MENAXHIMI NË BIZNES**Blerim Shehu**VTC Prizren, Kosovo, Bshehu76@hotmail.com

Abstrakt: Kjo temë përshkruan konceptin dhe rolin e lidërshiptit, trajton se ç'fare ndodh kur një lider shfaq me shume ose me pak lidërshipt se ç'duhet, si dhe eksploron fuqinë e moralit te lidërshiptit.

Lideret fokusohen tek njerëzit dhe si te rrisin normen e fitimit per projekte ne te ardhmen. Ata shpesh kerkojne nga te tjeret. Lidërshipti lidhet me rreziqet qe mund të ndërmerreni dhe me shpërblimet që mund të vijne prej tyre. Duke u fokusuar ne nje aspekt me te gjere lideret inspirojn ete tjeret, u japin ide dhe i ngrene moralin te tjereve.

Lidërshipti është thjesht ushtrimi i autoritetit për te drejtuar punën e te tjerëve, pra lideri është ai i cili nxit të tjerët që të shkojnë pas tij për të arritur qëllimet e përcaktuara që më parë.

Pra ata disponojnë fuqinë ndërpersonale, si aftësi për të ndikuar në sjelljen e personave të tjerë.

Lidërshipti është ngritja e vizionit të njerëzve në horizont më të lartë, ngritja e performansave të tyre në standard më të lartë, ndërtimi i personalitetit të tyre përtej limiteve normale.

Udhëheqësit janë si kapitenët e frontit të cilët jo vetëm inspirojnë ushtarët e tyre me prezencën fizike por po ashtu urdhërojnë sulm të përshtatshëm nga armët mbështetëse dhe shfaqin shkallë të lartë të trimërisë dhe nuk kanë frikë nga sulmi i armikut.

Lideri shëndrrohet në vlerë të ndershmërisë, merr rrisun e llogaritur dhe shfaq brengosje për punëtorët dhe konsumatorët.

Fjalët kyçe: Lidërshipti, stili, qasja ne situat,

TRAJTIMET DREJT LIDERSHIPIT

Lidërshipti ne organizata administrative ushtrohet nga menaxheret e agjencive apo te departamenteve. Ne këtë mënyrë lidërshipti ushtrohet brenda një ndarjeje te veçante ose situatave organizative. Konteksti organizativ ndikon stilin e lidërshiptit ashtu siç bën edhe personaliteti dhe backgroundi i këtij te fundit mbi vete organizatën. Është pikërisht ky kontekst organizativ qe ndikon ne legjitimitetin e liderit. Se sa mire karakteristikat dhe aftësitë e liderit ndikojnë ne arritjen e qëllimeve organizative e tregon kontributi ose shmangia nga logjika e legjitimitetit me te cilën përshtatet menaxheri.

Ne menaxhimin e një organizate, funksionet e një lidërshipti janë:

- Përkufizimi i synimeve dhe i misionit te organizatës.
- Te shikohet si mëshirimi institucional i qëllimeve te organizatës.
- Te mbroje integritetin e organizatës, dhe
- Te vendose rregullin gjate konflikteve te brendshme.

Ne **nivelin teknik**, lideri i organizatës trajton problemet që kanë të bëjnë me rritjen e efektivitetit të performancës së funksionit teknik, duke e parë këtë tek aksioma : “trains run on time”. Lidërshipi në **nivelin manaxherial** përfshin ndërmjetësimin midis niveleve me të ultë të organizatës dhe atyre që i përdorin këto shërbime apo përfitime burimesh të nevojshme për të realizuar funksionet e veta të rëndësishme si: blerja, marrja me qera, apo operacione të tjera të përgjithshme. Në nivel institucional, lidërshipi merret me zhvillimin e politikave afat-gjata dhe me sigurimin dhe mbështetjen e nivelit me të lartë për të arritur synimet e organizatës.

Për të qene me të vërtetë efektive, liderët e burokracive të gjera (te mëdha në numër), duhet që të sjellin koherencë për shumë aktivitete brenda një agjencie. Për shumë studiues, çelësi për tek lidërshipi gjendet në karakteristikat ose tiparet që sjell lideri tek kjo detyrë, ndërsa studiues të tjerë përshkruajnë se ç’farë përmban teoria e tipareve. Sipas tyre është besimi ose supozimi se lidërshipi bazohet në karakteristika unike, cilësi ose karakteristika që i kanë liderët dhe që i aftësojnë ata që të marrin përsipër përgjegjësitë. Besimi në teorinë e tipareve (karakteristikave) supozon se ekziston cilësia e “lidërshiptit të lindur”, një supozim që solli lindjen e kërkimeve për aftësi lidërshipi si dhe për diçka tjetër të një tradite brenda administratës publike. Autorët e kësaj teorie përpiqen që të dallojnë dhe të përshkruajnë tiparet dhe karakteristikat esenciale të gjithë liderëve të mirë.

Sugjerohen shumë tipare apo cilësi, duke përfshirë edhe këto të dymbëdhjeta:

Arritja.	Sipërmarrja.
Karizma.	Inteligjenca.
Kreativiteti.	Gjykimi.
Vendosmëria.	Optimizmi.
Varësia.	Aftësia teknike.
Energjia.	Aftësia verbale.

Te gjitha këto karakteristika janë të dobishme për një lider, por asnjë grup karakteristikash nuk mund të demonstrohej teorikisht si esenciale.

TEORITË E LIDERSHIPIT

Subjekti i udhëheqjes është studiuar që nga antikiteti. Literatura mbi këtë temë zbulon një vazhdimësi evoluese të teorisë. Më të hershmit priren të përqëndrohen në karakterin dhe personalitetin e udhëheqësit të suksesshëm, ndërsa teoritë e mëvonshme përqëndrohen në atë që udhëheqësit në të vërtetë bëjnë, në vend se në cilësitë e tyre të lindura. Nga këto studime mund të dallohen gjashtë cilësi themelore që përshkruajnë tiparet e sjelljes së udhëheqësve

Ndershmëria dhe integriteti,
 pjekuria emocionale,
 motivimi,
 vetëbesimi,
 aftësia njohëse,
 arritja e suksesit

Ndershmëria dhe integriteti, fjalë të tilla si besueshmëria e besueshme dhe e hapur do të përdoret për të përshkruar,

Pjekurinë emocionale udhëheqëse që përshkruan një person i cili është rregulluar mirë dhe nuk vuan nga çrregullime të rënda psikologjike,

Motivimi - mund të përshkruhet si një dëshirë intensive për të udhëhequr të tjerët për të arritur qëllimet e përbashkëta,

Vetëbesimi që tregon një besim të palëkundur në ato ide vetë dhe aftësi,

Aftësi njohëse- portretizon një individ që është i aftë të ushtrojë gjykimin e mirë tregon një analizë të fortë dhe është konceptualisht i aftë,

arritje - i referohet lartë niveli i përpjekjes energjike dhe iniciativa që udhëheqësit shfaqin.

Ekziston gjithashtu një cilësi e shtatë tjetër që tërheq sëbashku tipare të caktuara që u ndjenë që të mos i përshtateshin gjashtë viteve të listuara. Këto janë gjëra të tilla si karizmi, kreativiteti dhe fleksibiliteti, të cilat shpesh përdoren kur përshkruajnë një udhëheqës të respektuar.

UDHËHEQJA PËR MENAXHIM

Nevoja që liderët efektivë brenda organizatave kanë çuar në teori dhe metodologji që mbështeten në sjelljet që mund të mësohen sesa në tiparet që një person ka ose nuk e ka. Menaxherët tani pritet që në mënyrë aktive të zhvillojnë aftësitë e tyre të udhëheqjes dhe të dinë se si t'i përshtasin ato për të arritur më së miri. Ekzistojnë katër stile të praktikave të lidërshiptit që ju duhet të konsideroni nëse jeni një menaxher i projektit të menaxherit të mbështetjes së

klientit ose menaxhues i ekipit drejtues. Ju duhet të vlerësoni se si të adaptoheni secili stil do të përfitoni ose t'ju pengojë në rolin e udhëheqësit të ekipit

Stilet e udhëheqjes praktike jane

- Transaksioni i liderishipit,
- Transformimi i liderishipit,
- Situacionii liderishipit,
- Vazhdimësia e liderishipit

Aspekti më i rëndësishëm për të qenë një lider është të vendosni se sa shumë liri për të dhënë ekipin tuaj. Shumë, dhe ato nuk mund të arrijnë objektivat e tyre. Shumë pak, dhe ju kufizoni zhvillimin e tyre të personit dhe kënaqësinë e punës

Nuk ka përgjigje të lehtë për këtë problem dhe mënyra më e mirë e veprimit është që të shqyrtohet secili rast në meritat e tij me një zbutje të qartë të rreziqeve që kanë të bëjnë me dhënien e shumë autonomisë

Udhëheqja transaksionale - kërkesa themelore për këtë stil të liderishipit është se ekziston një transaksion midis udhëheqësit dhe anëtarëve të ekipit. Ky transaksion ka dy aspekte.

1. Përfshin organizatën që paguan anëtarët e ekipit në përpjekje dhe pajtim të kthimit,

2. Udhëheqësi / menaxheri ka të drejtë të disiplinojë një punonjës nëse puna e tyre nuk plotëson një standard të përshtatshëm

Fuqia e liderëve transaksional vjen nga autoriteti i tyre formal dhe niveli i përgjegjësisë brenda organizatës. Udhëheqës të tillë janë kryesisht të shqetësuar me vendosjen e kriterit për shpërblimin e anëtarëve të ekipit për performancë të mirë. Kjo quhet "shpërblim kontigjent" p.sh.lavdërimi. Anëtarët e skuadrës shpërblehen për përpjekjet e tyre - për shembull për plotësimin e synimeve të caktuara në kohë ose në njohjen e dorëzimit të një situatë të vështirë

Në situata ku performanca e anëtarëve të ekipit është nën standardin e pranueshëm, do të duhet të aplikoni sanksione të përshtatshme. Kjo është e njohur si menaxhim me përjashtim të këtij veprimi korrektues mund të jetë aktiv ose pasiv. Nëse e pranoni këtë stil të udhëheqjes atëherë do t'i përqendroni aktivitetet tuaja në proceset e mbikëqyrjes, organizimit dhe performancës së grupit. Ju do të jeni të shqetësuar për efikasitetin dhe jo për gjërat përpara. Duhet të jeni të kënaqur me të qenë autoritarë dhe gjithmonë t'u tregoni anëtarëve tuaj se çfarë të bëni.

Ky lloj lidershipi bën supozime të caktuara rreth ekipit tuaj,

së pari se ato motivohen vetëm nga shpërblimi ose ndëshkimi, nuk kanë vetë-motivim,

Së dyti, ata e dinë nga të moshuarit se duhet t'u binden udhëzimeve tuaja pa dyshim dhe presin që të monitorohen nga afër dhe të kontrollohen.

E pajisur me këto fakte duhet të jeni të vetëdijshëm se ky stil i udhëheqjes është i përshtatshëm vetëm në situata të caktuara.

UDHËHEQJA TRANSFORMUESE

Udhëheqja transformuese bazohet në aftësinë e liderit për të motivuar pasuesit nëpërmjet stimulimit intelektual të karizmës dhe konsideratës individuale. JM Burns e përshkroi atë në kontekstin e udhëheqësve politikë si një proces në të cilin udhëheqësit dhe pasuesit ndihmojnë njëri-tjetrin për të përparuar në një nivel më të lartë moralin dhe motivimin. Burns tregoi se udhëheqësi inkurajon ndjekësit që të dalin me mënyra të reja dhe unike për të sfiduar status quo-në dhe për të ndryshuar mjedisin për të mbështetur të qenit i suksesshëm. Udhëheqës të tillë rrisin moralin e motivimit dhe performancën duke krijuar një ndjenjë identiteti dhe vetësie tek projekti për pasuesit, si dhe një identitet kolektiv me organizatën.

Këta udhëheqës ofrojnë një model rol që frymëzon, intereson dhe sfidues ndjekësit e tyre për të marrë pronësi më të madhe për punën e tyre. Një udhëheqës transformues kupton fuqitë dhe vlerat e secilit ndjekës dhe detyrat që rrisin performancën e çdo individi.

Udhëheqja transformuese:

- Konsideratë individuale,
- Stimulimi intelektual,
- Ndikimi i idealizuar,
- Motivimi frymëzues

1. Konsideratë individuale si udhëheqës që ju mentoron ekipin tuaj duke shpërblyer kreativitetin dhe inovacionin. Ju dëgjoni në mënyrë aktive shqetësimet dhe nevojat që ofrojnë mbështetje dhe ndjeshmëri Ju i trajtoni dhe sfidoni anëtarët sipas talenteve dhe njohurive të tyre, duke njohur kontributin e tyre. Ju mbani komunikime të hapura dhe fuqizoni anëtarët tuaj për të marrë vendime dhe për t'i mbështetur ato kur zbatohen. Kjo ndihmon në zhvillimin e vetvetes dhe në motivimin e tyre.

2. Stimulimi intelektual lidershipi juaj inkurajon risitë kërkon mënyra më të mira për të ekzekutuar detyrat dhe sfidat e supozimeve të mëparshme duke ushqyer të menduarit e pavarur. Ju inkurajoni ide të reja pa kritika dhe shikoni pamjen si një mundësi për të mësuar

3. Motivimi frymëzues që formon themelin e udhëheqjes suaj transformuese në promovimin e anëtarëve tuaj në një vizion ose mision të qëndrueshëm, i cili është kaq imponues dhe i kuptueshëm që anëtarët të dinë se çfarë duan nga çdo ndërveprim

4. Ndikimi i idealizuar si lideri, ndikimi juaj bazohet në anëtarët që ju shohin si një model që ata duan të emulojnë. Ata ju shohin si dikush që praktikon atë që predikoni. Kjo i fiton anëtarët qëbesojnë dhe respektojnë ndërsa shohin se sjellja juaj etike i vendos nevojat e tyre mbi tuajën. Kjo tregon se ju dhe ekipi juaj përpiqeni të arrini qëllimet organizative.

Udhëheqja transformuese është diçka që shumë njerëz dëshirojnë dhe ideja për të qenë drejtues me të vërtetë frymëzues është shumë tërheqës. Problemi është se mund të jetë e vështirë të zbatohet në një vend pune konkurrues dhe të pafalshëm ku anëtarët e ekipit po punojnë për afate të ngushta dhe ku gabimet eventuale do të kenë pasoja serioze

UDHËHEQJA E SITUATËS

Në kontrast me natyrën statike të mjedisit të kërkuar për lidershpin transakcional dhe transformues, mund të gjeni etikën prapa udhëheqjes së situatës më të përshtatshme për nevojat e menaxhimit të përditshëm të ekipit tuaj

Modeli i udhëheqjes së situatës u zhvillua në vitet 1980, nga Ken Blanchard dhe Paul Hersey. Ky model tregon se nuk ekziston një stil i lidershpit që është efektiv në të gjitha rrethanat. Udhëheqësit dhe menaxherët më të suksesshëm përshtatin stilin e tyre udhëheqës në varësi të kompetencës dhe angazhimit të ekipit të grupit ose individit që udhëhiqet. Si menaxher ju do të ndryshoni stilin tuaj për të ruajtur aftësinë e ekipit. Kjo ju ofron katër kombinime të mundshme të asaj që modeli i referohet si Nivelet e Pjekurisë, këto janë të renditura më poshtë së bashku me një eksplorim të shkurtër për mënyrën se si funksionon një ekip në këtë nivel.

Niveli i maturimit 1 (M1) kompetencë e ulët / aftësi & Komandantët e Lartë / Vullnet - Ekipi juaj nuk ka nevojë për të bërë detyrën që i keni caktuar, por anëtarët do të ishin të magjepsur dhe të gatshëm për ta kapërcyer këtë, me qëllim që ta përfundojnë detyrën.

Niveli i maturimit 2 (M2) kompetencë e ulët / aftësi dhe Komandantët e Lartë / Vullnet - Në këtë nivel ekipi juaj ende nuk do të kishte aftësi për të kryer detyrën, por anëtarët nuk do të shfaqnin entuziazëm ose dëshirë për të kapërcyer këtë mungesë dijeje

Niveli i pjekurisë 3 (M3) aftësi / shkathtësi të ulët dhe Komandantët e Lartë / Vullnet - Ky ekip është i aftë të kryejë detyrën, por nuk tregon vullnetarë që ta bëjnë atë në të vërtetë

Niveli i maturimit 4 (M4) aftësi / shkathtësi të ulët & Zotërues të lartë / vullnet - Ky është një ekip i dëshirueshëm, pasi është i aftë të kryejë detyrën dhe shfaq entuziazëm dhe gatishmëri për ta bërë këtë.

Brenda këtyre katër opsioneve në çdo kohë, nëse shikoni në nivelet e maturisë vertikalisht ose horizontalisht, gjithmonë ekziston një konstante. Në boshtin vertikal niveli i aftësisë është i vazhdueshëm dhe në boshtin horizontal niveli i gatishmërisë është i vazhdueshëm, pavarësisht nëse shikoni në palën e sipërme apo të poshtme. Këto nivele të pjekurisë janë gjithashtu detyra specifike. Pra, nëse një ekip që normalisht ka një nivel të maturimit M4 për të kryer një detyrë ajo nuk ka aftësi për të do të ketë një nivel të maturimit M1 për atë veçanti dhe ju do të duhet të përshtatni udhëheqjen tuaj në përputhje me rrethanat

Për secilin nivel të Pjekurisë ekziston një stil udhëheqës më efektiv që mund të adoptoheni. Ky stil jo vetëm i përshtatet ekipit ose personit që po menaxhoni, por detyrës, rolit ose funksionit që kërkohet. Modeli i udhëheqjes së situatës sugjeron se ekzistojnë katër stile të udhëheqjes (S1 deri në S4), të cilat hartë mbi nivelet e maturimit (M1 deri në M4) të ekipit respektivisht.

Stili i lidershpit S1 - Tregimi dhe drejtimi për M1 për të menaxhuar me sukses këtë lloj ekipi, ju shfrytëzoni entuziazmin e ekipeve për të kapërcyer mungesën e njohurive. Ju do të keni nevojë të jepni udhëzime të qarta në detyrë, duke u treguar anëtarëve tuaj saktësisht se cilat janë rolet e tyre, si dhe si dhe kur duhet të kryeni detyrën.

Stili i udhëheqjes S 2.- shitja dhe stërvitja M2. Me këtë lloj të ekipit ju duhet ta shisni detyrën dhe të bashkëpunoni në mënyrë aktive me anëtarët e tjerë për të siguruar informacionin e nevojshëm. Ju duhet të jepni drejtim dhe mbështetje emocionale që do të ndikojnë në ekip sa duhet për të bërë në proces dhe të motivohen për ta përfunduar.

Stili udhëheqës S3- lehtëson dhe këshillon për M3. Menaxhimi i këti ekipi kërkon që ju të përqendrohëni më shumë në marrëdhëniet, duke ndarë vendimmarrjen dhe duke motivuar ekipin për të përmbushur detyrën. Ekipi juaj posedon aftësitë e nevojshme, por i mungon gatishmëria për të vepruar.

Stili i lidërshpilit S4 Fshirja për M4. Roli juaj me këtë skuadër për të monitoruar përparimin, duke u lejuar anëtarëve të përdorin aftësinë dhe entuziazmin e tyre për të menaxhuar procesin dhe vendimmarrjen për të kryer detyrën.

Aplikuar në shembujt e ekipit. Ju mund të shihni se stilet e lidërshpilit S1 dhe S2 janë më të mirat, ku fokusi është në marrjen e detyrës. Por në qoftë se rrethanat tuaja janë më të shqetësuara me zhvillimin e anëtarëve të ekipit, aftësitë për të punuar në mënyrë të pavarur stilet e udhëheqjes S3 dhe S4 janë ato që duhet të miratoni.

VAZHDIMI I UDHËHEQJES

Qasja përfundimtare që mund të përdorni për të siguruar që udhëheqja juaj të jetë jashtë informacionit që ju e dini për detyrën dhe anëtarët e ekipit tuaj. Kjo qasje është e ngjashme me udhëheqjen e situatës në atë që nuk sheh udhëheqjen si një shtet statik, por një që ndryshon përgjatë një vazhdimësi në mënyrë që sjellja juaj të përshtatet më mirë me situatën me të cilën merreni.

Në vitin 1958, Tannenbaum dhe Schmidt shkruanin për vazhdimësinë e udhëheqjes për herë të parë.

Ajo përshkruan një sjellje të mundshme të lidërshpilit të vazhdueshëm në dispozicion për ju si menaxher, përgjatë të cilit mund të vendosen shumë stile të lidërshpilit. Kjo ju ofron fleksibilitet për të përshtatur stilin tuaj të udhëheqjes për t'iu përshtatur situatave me të cilat ballafaqohen çdo ditë në punë. Vazhdimi tregon një sërë veprimesh që lidhen me shkallën e autoritetit të përdorur nga udhëheqësi i ekipit dhe me sasinë e lirisë që disponon anëtarët tuaj në arrijtjen e vendimeve. Në një ekstrem ka "autokratik", shpesh i referuar si lidërshpili i përqendruar në Boss, ku ju si menaxher do të keni autoritet të plotë për të marrë vendime dhe t'i njoftoni ato me ekipin tuaj, nuk ka gjasa të ekzistojë në vendin tuaj të punës, sepse vendimet shpesh duhet të bëhen pas konsultimeve me menaxhmentin e lartë ose aksionarët ndonjëherë.

Si menaxher ose udhëheqës ju karakterizohen sipas shkallës së kontrollit që mbani në procesin e vendimmarrjes. Katër stilet e udhëheqjes njihen si "Tregon" (për udhëheqësin autokratik) pastaj "Shet", pasuar nga "Konsultohet", dhe më në fund "Delegatet"

Ju mund të punoni në një mjedis që ju kërkon të zgjidhni problemet dhe të informoni ekipin tuaj se çfarë duhet të bëjnë për të adresuar këto probleme pa ndonjë konsultim. Në këtë rast ju do të përdorni stilin e "tregon" të lidërshpilit brenda vazhdimësisë. Përndryshe ekipi juaj mund të duhet të bindet nga ju që ta pranoni vendimin tuaj para se të veprojnë. Në këtë rast ju do të hapni një stil "shet".

Ndërsa situata në të cilën punoni po zhvillohet, stili juaj i udhëheqjes mund të lëvizë më tej përgjatë kontinuitetit dhe ju do të jeni në gjendje të ndryshoni stilin tuaj me atë të "konsultimeve". Stili juaj bëhet ai i një lehtësuesi, ju paraqisni problemin ekipit tuaj për të zgjidhur dhe vendimi është i përbashkët. Stili përfundimtar në vazhdimësinë e udhëheqjes njihet si "Delegatet". Kjo është ajo ku ju përcaktoni kuadrin tuaj brenda punës tuaj për të zgjidhur një problem pa ndërhyrje.

Të tre faktorët që do të ndihmojnë të vendosni se cila stil lidërshpili duhet të adaptohen përgjatë kontinuitetit janë personaliteti juaj, vetë ekipi dhe mjedisi ku punoni. Vlerat, njohuritë dhe përvoja juaj do të ndikojnë në përzgjedhjen tuaj të një stili.

Faktori i dytë që ndikon në stilin tuaj të zgjedhur do të jetë përbërja, karakteri, shpërndarja e aftësive, njohurive dhe qëndrimet të anëtarëve tuaj. Ju duhet të pyesni veten nëse anëtarët tuaj janë të gatshëm dhe në gjendje të pranojnë përgjegjësinë për marrjen e vendimeve. Ju gjithashtu do të duhet të vlerësoni se sa mirë identifikohen dhe i kuptojnë qëllimet e organizatave tuaja.

Faktori i tretë përfundimtar është mjedisi që e gjeni vetë duke punuar. Kjo përbëhet nga tre aspekte: lloji dhe etika e organizatës suaj, natyra e problemit me të cilin ballafaqoheni dhe afatet kohore brenda të cilave duhet të zgjidhet. Sipas teorisë së vazhdimit, ndërsa udhëheqësit bëhen më të suksesshëm, ata mësojnë të njohin dhe pastaj portretizojnë sjelljen më të përshtatshme për t'iu përshtatur rrethanave me të cilat përballen.

Për ju si një menaxher, aspekti më i rëndësishëm i udhëheqjes suaj është të vendosni se sa shumë liri të jepni ne ekipin tuaj. Shumë dhe nuk mund të arrijnë objektivat e tyre, shumë pak, dhe ju do të kufizoni zhvillimin e tyre personal dhe kënaqësinë e punës që mund të shkaktojë probleme me motivimin dhe produktivitetin.

Nuk ka përgjigje të lehtë për këtë problem dhe mënyra më e mirë e veprimit është të shqyrtohet secili rast në meritat e tij me një vlerësim të qartë të rreziqeve që lidhen me dhënien e shumë autonomisë.

PËRMBLEDHJE

Udhëheqësi e përshtat stilin e tij të udhëheqjes sipas tipit të organizatës që po udhëhiqet dhe kontekstit situacional të detyrës aktuale. Nga kjo pikëpamje, këta faktorë përkufizojnë limitet dhe gradën e përgjegjshmerisë të cilit do roli të menaxhmentit.

Menaxherët përfaqësojnë stile të ndryshme ku me të shquarat janë ato si drejtor, motivues, koordinator, katalizator, zedhenes, dhe menaxher krizash.

Përfundimisht, një lider luan një rol kryesor në ekuilibrimin e përplasjes së vlerave dhe në zhvillimin e një konsensusi mes vlerave të përgjithshme politike të shoqërisë dhe vlerave të cilat një organizatë.

Lider është dikush të cilin e ndjekin njerëzit, apo dikush që i është ngarkuar detyra për të qenë në krye të kombit, të një partie politike, të një trupe legjislativë, të një njësie ushtarake, një grupi pune etj., ndërsa lidërshtipi është procesi i influencës sociale, nën të cilin një person ndihmohet dhe mbështetet nga të tjerët, për të arritur objektiva apo detyra të përbashkëta. Gjithashtu, lidërshtipi është krijimi i një rruge nëpër të cilën njerëzit kontribuojnë që të ndodhin gjërat që ata duan, është aftësia për të integruar në mënyrë të suksesshme burimet e vlefshme për arritjen e qëllimeve të organizatës. Në këtë situatë, lideri duhet të jetë në vazhdimësi një individ i aftë për të nxitur të tjerët e për t'i mbështetur ata drejt një ëndrre dhe nga kjo del se njerëzit duhet të kenë përpara tyre një vizion dhe një mision për të arritur, vizion dhe mision që arrihet me objektiva strategjike, objektiva operacionale dhe me një plan veprimi të përcaktuar qartë dhe më tej edhe me mbështetjen financiare të nevojshme dhe të përshtatshme për të realizuar planin e veprimit

Në kohët moderne për liderët dhe lidërshtipin nuk ka më vend për stil narcistik, autoritar apo autokratik drejtimi, por për stil pjesëmarrës dhe demokratik, kombinuar me stilin e ecjes së lirë, që do të thotë se njerëzit në grup duhen lënë të lirë të veprojnë, duke u motivuar në mënyrë pozitive dhe efektive, në mënyrë që të rritet produktiviteti i tyre.

Që një lidërshtip të jetë efektiv dhe eficient duhet që të ketë unitet midis tërë anëtarëve, duhet të ketë marrëdhënie ndërpersonale dhe anëtarët duhet të kenë shansin që të kontribuojnë, mësojnë dhe të punojnë me dhe nga të tjerët dhe anëtarët duhet që të kenë aftësinë që të veprojnë së bashku drejt një qëllimi të përbashkët. Për këtë, liderët dhe lidërshtipi duhet të kenë qëllime, prioritetet dhe role të përcaktuara, të dinë të marrin vendime, të shmangin konfliktet, të trajtojnë në mënyrë të balancuar njerëzit dhe situatat, të veprojnë mbështetur në norma dhe rregulla, të krijojnë kushtet dhe të mbështesin produktivitetin e njerëzve etj.. Nëse mund të rendisim disa nga problemet se përse dështon lidërshtipi, paaftësia e leximit të informacionit patjetër duhet që të renditet në krye të listës.

LITERATURA

- [1] Bernard, M. Bass, Bass and Stogdill's "Hand Book of Leadership" 3rd edition,
- [2] Bernard M. Bass and Ronald E. Riggio "Transformational Leadership" *Second Edition* Lawrence Erlbaum Associates 2006.
- [3] Management Principles (v. 1.0), December, 2012,
- [4] www.free-management-ebooks.com 2013
- [5] Richard Pettinger. Introduction to Management, New York, 2002
- [6] Transformational leadership Bernard M. Bass Ronald E. Riggio Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey 2006
- [7] Richard Pettinger. Introduction to Management, New York

WORKING CONDITIONS AS MOTIVATION FOR EMPLOYEES

Hava Qarri

College AAB, Kosovo, qarrihava@gmail.com

Jusuf Fejza

College AAB, Kosovo, jfejza@hotmail.com

Abstract: Organizations engage their employees to work in extreme working conditions to try to maximize their profits. The term for working conditions refers not only to work with physical hazards, but it also includes psychological difficulties such as stress, overwork, harassment, and so on.

Though many studies have been conducted that relate to these issues, sometimes the results of these studies contradict. For this reason, in order to evaluate the working conditions and the degree of satisfaction of the workers in different countries, research has been undertaken in order to collect additional data on this issue.

The theoretical results show overall satisfaction with working conditions, with the exception of stress-related conditions. The relevance of the samples tested has no effect on the result. It can be concluded that, overall, the results of the research are correlated with the results of the researches found in the literature.

Keywords: working conditions, satisfaction, employees, stress, security

1. INTRODUCTION

Nowadays, organizations face multiple challenges as a result of the dynamic nature of the business environment. Some of the challenges for the organization are to create working conditions to ensure employee satisfaction so that they are able to cope with business environment developments and achieve the desired success. To increase efficiency and productivity, as well as the commitment of employees, the organization must meet the needs of employees by creating good working conditions. However, in their efforts to maximize their profit, organizations can sometimes engage workers to work in extreme conditions. Despite conventional convictions where extraordinary conditions could be considered as working conditions under difficult environmental conditions, such as extreme temperatures, mine work, or other serious physical work. Other authors as extreme conditions define the psychological consequences of stress from overwork, abusive supervision, lack of satisfaction and motivation at work, etc.¹²⁸

While empirical evidence seems to support one another, in most cases, it sometimes happens to be inconsistent. Therefore, since there are plenty of gaps that require further research, this study has been undertaken with the aim of giving a little light by providing additional data to illuminate these issues.

The sample of the workers selected for the research is mixed and with different experiences where most were employed in service sectors of social institutions. After collecting data, to produce consistent conclusions, the results were analyzed and interpreted by comparing them with the results of authors who have done similar research in this field.

2. WORKING CONDITIONS

Working conditions depend mainly on employee downsizing factors. These are reflected in salaries, bonuses, as well as opportunities for training and pro-active development. The emotional factor will also affect the suspension or sleep from that place of work. From the physical aspect of the load to working conditions comes as a result of increasing the overall volume of work. In the psychological aspect, there is also the attitude of the employee towards the employees. The appearance of these factors afterwards with the appearance of the friction and then the stress. The appearance of stress precedes the health problems, especially the psychological ones.

The first question to be asked concerns the way they perceive working conditions and whether they have faced the relevant situation of the obstacles. This may be related to the difficult economic conditions in which the employees are located, where finding a job that suits the choice of employee is difficult.

Another result from data analysis and multiple research shows that participants often face stress as a result of increased volume of work. It is likely that, given the large number of unemployed, these employees may be exploited and overwhelmed by their employers as there are many people who would work if any of them abandoned the job.

¹²⁸ Henle and Gross, 2013

On the other hand, the attitudes of employers, or their peers, causes stress, many participants admit that this happens quite often. This question is related to abusive behavior and harassment in workplaces as a phenomenon that may arise as a result of discrimination of any group of people.

All research, whether male or female, is of any value to each other, with little difference in health and working conditions. The factor that may have influenced the emergence of this non-principled distinction may be the fact that fewer women work in hazardous work than men ¹²⁹.

3. SAFETY AT WORK

The law provides for minimum working conditions when the employee works continuously or intermittently, at his disposal an appropriate working chair is placed. If work requires a standing and long-haired stay, short-term holidays must be provided at time intervals.

Enlightenment of the workplace and access to them should be sufficient to ensure normal work performance. Lighting should be conceived, realized and maintained in order to avoid any weariness of vision.

The ban on smoking should be clear and remember with all possible means. Every environment should be equipped with sufficient fire extinguishers, which must be kept in good working order. Floors and raised platforms, enclosures, as well as access to them, must be constructed, installed and protected in such a way as to provide workers who work in them. Employees should be able to change clothes, put them and their belongings in a place protected from misappropriations, difficult atmospheric conditions and polluting sources.

The employer must make available to the employees the necessary tools to ensure personal hygiene, sufficient water, soap, cleaning and wiping. In every enterprise, hygienic rooms should be built for use by women. In each enterprise, appropriate measures should be taken to provide prompt assistance to any injured person at the workplace.

It is forbidden for one person to hold a heavy load for him and to make available all the necessary manual or mechanical tools to ease the weights they should bear.

4. HEALTH CARE AT WORK

Safety and health at work is a duty of a worker, who must be guaranteed safety and health protection. But even the employee has to fulfill some obligations precisely with regard to safety and health at work ¹³⁰.

The law regulates the obligations of employers to provide workers protection in all aspects related to safety and health at work and takes the necessary measures by preventing the risks for accidents at work and occupational diseases, information and professional training of workers, the organization of collective and individual protection, the organization of the workplace and the necessary means. The establishment and functioning of the protection and prevention, security and occupational health services as a structure that will serve the implementation of preventive measures in the design of the document assessing and preventing the risks arising from the work.

The obligation of employers is foreseen by law to draft a risk assessment and risk assessment document, which contains measures of a technical, organizational, hygienic and sanitary character, which will be implemented according to the specific conditions of the workplace. Another obligation is that in the case of occupational accidents as well as occupational diseases, the employer is obliged to notify the state institutions immediately.

The worker has a duty to use correctly the machinery, equipment, tools, dangerous substances, transport equipment and other means, and to use the individual protective equipment correctly, made available to them and, after use, return them to the place where their safe storage is planned. Also, the employee has the obligation not to release the service, to alter or to arbitrarily shift the security mechanisms mounted on machinery, equipment, utensils, plants and buildings, and to use them properly mechanisms according to the technical guidelines for work safety.

The law provides for the assessment of the accident at work, which means in which cases and situations there are accidents at work. Thus, according to the accident, it is estimated that it has occurred at work or because of work when the employee is injured in such cases as during the performance of the job, according to its description, as well as the performance of another work without the employer's order but for major reasons, in the interest of the job, carrying out another job by order of the employer.

Accidents at work are the groups of employees where by law are defined the most vulnerable categories of risks that affect them in particular. Employers are forced to adapt their workplaces, taking into account the presence of vulnerable groups. The safety and health protection for vulnerable groups should not be a cause for creating disadvantaged situations for in the labor market.

¹²⁹ Ness, 2012

¹³⁰ .Philip Kotler & Kevin Lane Keller

5. SATISFACTION WITH WORK

Another element of working conditions is the ability to work as an independent, where the employee feels satisfaction during the working hours and also from the levs they receive for the work they are doing, This is an issue related to the complaints of employees who often complain that their work is not sufficiently evaluated by their managers¹³¹.

One possible reason may be that employees are not paid well. Even if a person spends large sums of money for his education, there is little chance that he received higher salary. Therefore, employees try to cover this discrepancy by evaluating their performance at work in order to maintain their self-motivating attitude and motivation at the highest possible level.

CONCLUSIONS

The work environment nowadays requires employees to adapt to different circumstances so that the organization can achieve the maximum profit. This results in the commitment of workers to work in extreme working conditions. Our vision was to shed some light on this issue. Stress was identified as a frequent issue as it indicates that job overload is a significant problem that causes stress to employees and, consequently, reduces their productivity in the company. On the other hand, the negative behavior of managers and colleagues is also a factor that affects the level of stress of the employee.

Satisfaction with working conditions in their workplace, care depends on the health and safety because it is a guarantee for the motivation of employees, while on the other hand they want to work independently.

LITERATURE

- [1] Carlson, D. S., Ferguson, M., Perrewe, P. L. and Whitten, D. (2011) *The fallout from abusive supervision: An examination of subordinates and their partners. Personnel Psychology*, 64(4), p. 937-961.
- [2] Henle, C. A. and Gross, M. A. (2013) *What have I done to deserve this? Effects of employee personality and emotion on abusive supervision. Journal of Business Ethics*, 13(2), p. 1-14.
- [3] McMahon, J. M., Morales, M. A., Pierleoni, C., & Ceperley, D. M. (2012) *The properties of hydrogen and helium under extreme conditions. Reviews of Modern Physics*, 84(4), p.16-70.
- [4] Murphy, A. (2004). *Extreme Winter Working Conditions Bulletin. Northwest public Power Association*, 58(10), p. 25.
- [5] Mutkins, E., Brown, R. F., & Thorsteinsson, E. B. (2011). *Stress, depression, workplace and social supports and burnout in intellectual disability support staff. Journal of Intellectual Disability Research*, 55(5), p.500-510.
- [6] Nag, P. K., Dutta, P., Nag, A. & Kjellstrom, T. (2013). *Extreme heat events: perceived thermal response of indoor and outdoor workers. IJCRR*, 5 (17), p.65-78.
- [7] Ness, K. (2012). *Constructing masculinity in the building trades: most jobs in the construction industry can be done by women. Gender, Work & Organization*, 19(6), p. 654-676.
- [8] Philip Kotler “*Parimet e Marketingut*”, përkthyer nga Genti Beqiri & Nexhat Myftiu, Tiranë 2013
- [9] Philip Kotler & Kevin Lane Keller „*Menaxhimi i Marketingut “ edicioni i trembëdhjetë, përkthim në gjuhën shqipe Valmira Ramadani dhe Arta Rexhepi, Shkup 2009*
- [10] Artan Xh. Duka & Niko A. Pano “*Promocion*”, Tiranë 2006
- [11] Artan Xh. Duka & Niko A. Pano “*Komunikimi ne Marketing*”, Tiranë 2012
- [12] Semiha Loca ” *Sjellja Konsumatore*”, Prishtinë, 2006
- [13] Ali Jakupi “*Marketingu (BAZAT)*, Prishtine, 2008
- [14] Philip Kotler & Gray Armstrong “*Principles of marketing*”, Boston 2012

¹³¹ Semiha Loca ” *Sjellja Konsumatore*”, Prishtinë, 2006

THE PROFILE OF A LEADER AND HIS LEADERSHIP

Ali HajroFaculty of Public Administration and Political, South East European University, Republic of Macedonia
alihajro@hotmail.com

Abstract: The Current and future leaders live in a turbulent and chaotic environment, where the real power of acting derives from the recognition of the concept of change and looking for options. In this type of environment a lot of competence is necessary for the leaders to survive. The aim of this study case was to explore i.e. gain a clearer picture of the position of the leader, their characteristics, functions, levels, the core and the factors affecting the leader and their leadership. To see what type of leader the people want simply to draw conclusions about the characteristics, qualities and techniques of a leader and their leadership. So that in the end, to have empirical proof of the leader. The set goal in this study case is today's leaders in everyday process, starting from the very beginning of their work, to serve as an example in developing inter-personal skills at the same time as treating people with dignity and respect. In other words, they have to possess leadership skills, characteristics and the necessary actions. This research aims at finding out the real attributes that is the profile of a leader and their leadership running an organization regardless if it is economic, political, and military or some other non-governmental organization. The values are more than a set of rules, they are not only behavior code, and they say what a leader should be every day in every action that they take. The values shade the leaders' identity and the organization that they run.

Keywords: leader, leadership, characteristics, qualities, techniques.

ПРОФИЛОТ НА ЕДЕН ЛИДЕР И НЕГОВОТО ЛИДЕРСТВО**Али Хајро**Факултет за јавна администрација и политички науки, Универзитет на Југоисточна Европа,
Република Македонија, alihajro@hotmail.com

Резиме: Сегашните и идните лидери живеат во турбулентна и хаотична средина, каде вистинската моќ за дејствување потекнува од признавањето на концептот на промената и барањето на можности. Во ваква средина на лидерите им се потребни многу компетенции за да опстанат. Целта на овој труд беше да се истражат односно да се добие појасна слика за позицијата лидер, неговите карактеристики, функции, нивоа, суштината и факторите кои влијаат на лидерот и лидерството. Да видиме каков лидер посакуваат луѓето, со цел да се извлечеме заклучок за карактеристиките, квалитетите и техниките на еден лидер и за неговото лидерство. За на крајот да имаме емпириско докажување за лидерот. Поставената цел во овој научен труд е денешните лидери во секојдневниот процес, од најраните години на нивното работење, да служат за пример, во развивањето на меѓучовечките вештини и третирајќи ги луѓето со достоинство и почит. Со други зборови, тие мора да ги поседуваат лидерските вредности, карактеристики, вештини и потребните акции. Оваа истражување има за цел да ги пронајде вистинските атрибути односно профилот на еден лидер и неговото лидерство кој што води една организација без разлика, дали таа организација е економска, политичка, воена или некоја друга невладина организација. Вредностите се повеќе од систем на правила, тие не се само кодекс на однесување, туку тие кажуваат што треба да биде лидерот секој ден и во секоја акција што ќе ја преземе, вредностите го оформуваат идентитетот на лидерот и на организацијата која ја води.

Клучни зборови: лидер, лидерство, карактеристики, квалитети, техники.

1. ВОВЕД

Поставеноста во улога на лидер не е само начин на водење на одредната личност со масата во одредена ситуација, туку лидерството во себе подразбира и филозофија на менаџирање, тесно поврзано со сегашноста и со иднината. Во историјата на човештвото има многу личности од кои околностите создале лидер и обратен, силата на филозофијата и прагматичноста на личноста влијае во одреден период од времето да добијат со историското значење. Како пример ќе ги наведнеме високите способности на Наполеон Бонапарта кои направиле една земја, како што е Франција, да е земја што едноставно е лидер во дел од минато и од сегашноста со одредени процеси во внесувањето на верска, културна и пред сè на воена прогресија. Индивидуалноста на лидерот мора да се состои од висок степен на способноста за проценка не

само на една ситуација, туку и на стабилноста да ги согледа и најмалите предности кај сите членови што ги води. Лидерот, распознава и со одлучноста да донесе одлука не само за својата иднина туку и за иднината на другите. Лидерот е тој што процесира и одредени решенија во конфликтни ситуации. Целта на овој труд е да се покаже дека профилот на еден лидер и неговото лидерство е клучот за успехот на секоја индивидуа. Дobar, разумен и интелегентен лидер може да ја донесе таа организација на највисоко место без разлика за каква организација се работи, дали таа е политичка, економска или воена организација. Заедничките квалитети, задачите и принципите во една организациска структура претставуваат потсистем на водењето и контролниот систем, без кој не може да опстои ниту еден лидер, ниту организација. Спознавајќи ја доктрината на лидерството преку досегашната едукација, сопственото самооспособување и саморазвивање како и преку извршувањето на повеќе оперативни функционални задачи во единиците, бев посебно мотивиран да го изучувам лидерството. Денешните лидери и нивното лидерство во секојдневниот процес на водење на некоја организација, од најраните години на нивното работење, да ги исполнуваат очекувањата на сите следбеници и на другите лидери преку својата стручност, да служат за пример, во развивањето на меѓучовечките вештини и третирајќи ги луѓето со достоинство и почит. Со други зборови, тие мора да ги поседуваат лидерските вредности, карактеристики, вештини и потребните акции.

2. КАРАКТЕРИСТИКИ НА ЛИДЕРОТ

Карактер на лидерот има големо значење и придонес во работата на лидерот. Карактерот помага да се знае што е вистинско или како вистински треба да се работи, колку и да чини тоа. Тој е изграден како интеракција на вредности и на карактеристики. Лидерите мора да бидат критички настроени поединци, прво кон нивниот карактер, а потоа и кон оние што ги водат и што ќе влијаат на развојот на нивниот карактер¹³². Вредности на лидерот се многу битни во неговото водење на една организација. Лидерските ставови за вредноста на луѓето ги опишуваат лидерските вредности. Луѓето се обликувани од она што го виделе, што го научиле и како и на кому му го пренеле наученото. Вредностите се повеќе од систем на правила, тие не се само кодекс на однесување, туку тие кажуваат што треба да биде лидерот секој ден и во секоја акција што ќе ја преземе, вредностите го оформуваат идентитетот на лидерот, на организацијата.

Терминот ЛИДЕРСТВО има своја симболика, која ги означува вредностите што лидерот треба да ги поседува, а тоа се¹³³: лојалност; должност; почитување; беспопштена служба; чесност; интегритет; лична храброст.

Лојалноста се искажува како доблест и обврзност да се почитуваат Уставот, законите и власта, како и да се биде верен на институцијата и на нејзините луѓе и на организацијата. Таа е меч со две сечила. Лојалноста (верноста) не може да се бара и да се очекува само од другите туку таа треба и да им се дава. Лојалноста кон луѓето е систем што се добива и што се дава само кога се заслужува. Кога добро се подготвуваат другите, кога кон нив се однесува фер, искрено и чесно и кога се живее според концептот за кој се зборува. Лидерите кои им се верни на свите потчинети никогаш нема да дозволат нивните потчинети да бидат злоупотребени.

Основната лидерска должност е исполнување на обврските. Таа започнува со она што се бара од лидерот и од другите, во согласност со прописите, со регулативите и со наредбите, но таа вклучува и многу повеќе од тоа. Основата на должноста е дејствување во отсуство на одлуки или директиви од други, заснована на внатрешното чувство за тоа што е морално и што е професионално оправдано. Професионалците ја работат својата работа според своите способности најдобро што можат, а не според одредени минимални стандарди. Лидери преземаат иницијатива и градат слика за тоа што треба да се работи, пред да почнат да зборуваат. Тие ја преземаат целосната одговорност за нивните постапки и за постапките на нивните потчинети. Покрај тоа тие ги следат нивните повисоки обврски и должности кон армијата и народот.

Почита треба да биде основната девиза на секој лидер, а тоа се: да се однесува со луѓето како што тој би сакал да се однесуваат со него. Почитувањето значи признавање и прифаќање на личниот дигнитет и вредноста на сите луѓе без оглед на нивните полови, расни, верски и други разлики и уверувања. Дисциплината не се воспоставува со грубост, суровост или со тиранско однесување. „Оној што чувствува должна почит кон другите, не може да потфрли во инспирирањето другите да го почитуваат него, додека оној што чувствува и дури манифестира непочитување кон другите особено кон неговите потчинети не може а да не предизвика омраза кон него”¹³⁴.

¹³² Николовски Б. Основи на воено раководење, ALFA 94, Skopje, 1999г. стр.96.

¹³³ FM 22-100, ARMY LEADERSHIP, BE, KNOW, DO, June, 1999, Chapter 2, 2-3.

¹³⁴ FM 22-100, ARMY LEADERSHIP, BE, KNOW, DO, Juni, 1999, Chapter 2, Chapter 2, 2-5.

Несебичната служба е основна компонента на тимската работа. Членовите на тимот-организацијата се жртвуваат самите себеси за успех на тимот – организацијата. Потребите на организацијата и на нацијата се секогаш на прво место, над личните интереси, но тоа не значи дека треба да се запостави семејството или самиот себеси. Беспопштната служба не значи дека не треба да се има јако его, високо почитување или дури здрава амбиција. Добриот и беспопштен лидер заслугите секогаш им ги припишува на оние што вистински ги заслужиле, а не на самиот себе.

Честа обезбедува „морален компас“ за карактерот во една организација. Честа ги држи организационите вредности заедно, а истовремено самата таа претставува вредност. Заедно вредности ги опишуваат основните начела, неопходни да се изградат карактерни лидери. Чест значи демонстрирање и сфаќање што е добро како и градење на таа репутација во заедницата, честа се гради со години а се губи за една секунда.

Интегритет за лидерите значи секогаш да го прават она што е правилно, легално и морално. Луѓето од интегритетот дејствуваат според принципите, а не само според она што го налагаат условите во моментот. Лидерите ги создаваат принципите и работат според нив. Да се биде чесен значи да се биде правичен и искрен сето време, без оглед на притисоците. Однесувањето со интегритет значи да се разграничува што е добро, а што е лошо, секогаш да се работи според тоа што се знае дека е вистинско и да се кажува отворено дека се работи она вистинското според своето, сопствено сфаќање за тоа што е вистинско.

Личната храброст не е отсуство на страв, туку можност да се победи стравот т.е храброста не е ништо друго освен веќе еднаш претрпен страв. Има две форми на храброст: физичка и морална. Добрите лидери ги поседуваат и двете. Лидерот мора да се соочи со стравот, опасноста, како и со други лоши и опасни работи кои се составен дел од неговата работа. Лидерите коишто преземаат одговорност за своите одлуки и дела и кога ќе погрешат покажуваат морална храброст. Тоа значи лидерите да останат на тоа во што веруваат дека е вистинското, без оглед на последиците.

Според Брус, кој направил истражување на 6052 лица во 13 различни држави, довербата е најмалку половина од причината за да поверуваш во нечи зборови: содржина 5%, тон на гласот 45%, доверба, јазикот на телото, минатата биографија 50%¹³⁵.

3. КВАЛИТЕТИ НА ЛИДЕРОТ

Карактеристиките се основните квалитети на човекот, но тие може да бидат и позитивни и негативни. Луѓето се раѓаат со одредени карактеристики, на пример, боја на коса, кожа и очи. Меѓутоа, другите карактеристики, вклучувајќи ги и оние на лидерите се учат во текот на животот и може да се променат. Квалитетите на лидерите може да се категоризираат како: ментални, физички и емоционални.

3.1. Менталните квалитети

Менталните квалитети на еден лидер вклучуваат: волја, самодисциплина, иницијатива, смисла за пресудување, самоверба, интелигенција и свест за култура¹³⁶.

Волја. Многу лидери истакнале дека волјата на војниците е побитна од нивните оружја. Таа е оној внатрешен мотив, механизам што ги тера луѓето и лидерите да одат напред кога се изнемоштени, гладни, исплашени, измрзнати и кога откажувањето претставува најприфатлива варијанта. Сепак, волјата без способност е бескорисна. Задача на лидерот е низ тренингот да развие победнички дух, градејќи ја волјата кај своите подредени. Волјата е особина што мора да ја поседуваат сите членови на организацијата. Лесно е да се зборува за волја кога работите одат добро, но најдобар тест е кога работите ќе тргнат на лошо.

Самодисциплина. Самодисциплинираните лидери и луѓе се господари на својата импулсивност. Оваа мајсторија доаѓа од лидерските навики за правење на соодветните работи. Таа им дозволува на лидерите да ги преземаат соодветните-вистински чекори, без разлика на последиците за нив и за животите на нивните подредени. Лидерот мора да мисли јасно и да работи со резон, да дејствува одговорно. Самодисциплината е клуч за ваквото однесување. Иако и самото работно место може да го натера да биде нервозен, добриот лидер мора да знае да се контролира, односно да не ја покажува нервозата пред неговите потчинети, зошто ако потчинетите го забележуваат тоа нема да веруваат во него. Самодисциплината значи да се направи она што треба да се направи, без оглед на тоа како се чувствува тој што тоа треба да го направи.

Иницијатива. Иницијативата е способност да се биде двигател, да се дејствува кога нема јасни инструкции, да се има повеќе идеи, да се дејствува кога ситуацијата се менува или планот се распаѓа. Лидерот кој има иницијатива ќе одлучи и ќе раздвижи независни акции кога ќе се појави неочекувана прилика што води кон остварување на првобитниот план. Иницијативата води кон изнаоѓање подобар метод и дејствување без

¹³⁵ Bruce Newsome, MADE, NOT BORN Why Some Soldiers Are Better Than Others 2010, page 78.

¹³⁶ Рудолф В. „Лидерство“ САД, 2009 година, страна 211.

чекање инструкции. Битно е подредените да ја разберат идејата и намерата на лидерот, во ситуација кога првобитниот план е нарушен, дисциплинирано и самоиницијативно да можат самите да ги завршат доверените задачи. Во Пурсија, тактиката на Германците е сменета само поради еден факт: им била дадена можност со самоиницијатива во пониските команди, самоиницијативно да дејствуваат без да ги прашаат претпоставените и за три месеци имало големи успеси. Уште до денденес во германската армија има голема децентрализација, односно секој може да дава што повеќе самоиницијатива.

Способност за проценка. Тоа значи да се има способност брзо да се согледа ситуацијата, да се определи што е важно и да се одлучи што треба да се направи во состојба кога лидерот располага со варијабилни факти и дискутабилни податоци. Правилното проценување на ситуацијата, определување на приоритетите и донесување на вистинската и најдобра одлука во конкретната ситуација е една главните способности на еден лидер.

Самодоверба. Самодовербата е верување дека се постапува и се работи правилно и кога се немаат сите соодветни и потребни информации. Се дејствува конкретно во која било ситуација дури и под стрес. Таа произлегува од компетентноста, од способноста да се учи и од посветеноста на работата. Лидерите кои ги знаат своите можности и веруваат во самите себеси се самоуверени, тие не се фалат, туку за тоа зборуваат нивните дела.

Интелигенција. Вистинската добра одлука е дело на интелигенцијата која е резултат на комбинацијата на професионалните вештини научени за време на школувањето, на искуството стекнато со работата и на способноста да се размислува и да се разгледува проблемот врз основа на расположливите податоци. Интелигентните лидери мислат, учат и го спроведуваат она што го знаат. Таа не се учи од книга и е повеќе од знаење. Знаењето е само дел од интелигенцијата, сите можат да развијат некои способности.

Свеста за култура. Лидерот мора да биде свесен за културните разлики и сфаќања на животот на луѓето, чиј лидер е тој, односно да го почитува човекот без оглед на која култура и припаѓа тој, кои се неговите навики, обичаи, традиција, која е неговата националност.

3.2. Физичките вредности

Физичките вредности се однесуваат на здравствената состојба, на физичката кондиција и на професионално однесување.

Здравствената состојба е битна вредност на секој лидер, на секој човек, од неа нема ништо повредно. Луѓето не ја сфаќаат вистинската вредност на оваа карактеристика се додека не почнат да ја губат, тогаш се открива вистинската цена на здравјето.

Физичката кондиција на лидерот му е потребна за да може да го издржи напорот потребен за извршување на неговите обврски во соодветната организација. Секој лидер мора да поседува соодветна физичко-кондициска подготвеност за издржување на напорот што го бараат соодветните ситуации.

Професионално однесување на лидерот бара од него да се однесува онака како што му прилега на еден лидер, кој треба да биде пример за другите членови на организацијата што ја раководи, на кој ќе се огледуваат другите. Лидерот треба да се однесува и да се облекува во согласност со барањата на ситуацијата и на работата, односно на задачите што ги извршува.

3.3. Емоционалните квалитети

Емоционалните квалитети на лидерот, како што се: самоконтрола, баланс, стабилност, имаат свое влијание врз расположението на другите. Неговите подредени се со желби, ставови, проблеми и соништа. Кога лидерот сето ова ќе го сфати и ќе го согледа, во него се јавува силна емоционална енергија како силно средство за водење.

Самоконтролата, балансот и стабилноста можат да му помогнат на лидерот во донесувањето на вистинските етички решенија. Тој не смее да подлегне на сопствената импулсивност, мора да остане присебен и да внимава на своето однесување. Одржувањето на самоконтрола инспирира мир и доверба кај потчинетите, ги мотивира и тие да возвратат. Никој не сака да работи со хистеричен лидер кој може да изгуби контрола во критични ситуации. Лидерот треба да покаже соодветен однос помеѓу емоциите и страста, со цел регулирање на емоциите.

Балансот значи користење на сопственото искуство за да им се обезбеди на потчинетите подобар поглед на настаните. Тоа може да се направи со опуштање или со интензивирање на напорот во зависност од ситуацијата, да се знае кога да се испрати порака кога работите се итни и како да се направи тоа без да се доведе организацијата во хаос. Треба да се знае како луѓето да се охрабрат во тешки моменти и како да се придобијат да продолжат да ги извршуваат доверените задачи.

Стабилност. Ефективните лидери се стабилни и смирени кога и гледаат на опасноста вочи. Овие карактеристики ги смируваат нивните подредени кои секогаш се огледуваат на примерот на својот лидер.

Лидерите треба секогаш да ги покажуваат оние емоции што потчинетите сакаат да ги покажат. Никогаш да не се доведува во искушение да се прави она што е добро само за себе. „Лидерите мора да бидат смирени и рационални“.¹³⁷

3.4. Компетентност на лидерот

Карактерот служи како основа за знаењето и компетентноста за тоа што треба да се работи. Професионалноста во работата е стремеж на секој лидер, а во согласност со тоа е и унапредувањето на организацијата.

Лидерите постојано треба да се стремат да се надградуваат и да се унапредуваат, да бидат подобри во тоа што го работат.¹³⁸

Секој компетентен лидер треба да ги знае:¹³⁹

- интероперабилните вештини - како да работи со луѓето; во овие вештини спаѓаат: комуникацијата, активното слушање, невербално комуницирање, набљудување и советување;
- концептуалните вештини - да управува со идеи, брзо да пресудува, да размислува креативно, да резонира, да биде критичен и да има етика; во овие способности спаѓаат: критичко просудување (заклучување), креативно мислење, етичко просудување и рефлексивно мислење;
- технички вештини - да поседува искуство кое е неопходно за да ги оствари своите задачи и функции на кои е поставен;
- тактички вештини - да може да ги решава проблемите за ангажирање на единиците во борба.

3.5. Работење на лидерот

Лидерите работат, веруваат, обезбедуваат правец и мотив. Лидерите работат за да влијаат врз луѓето да ги извршат задачите и да ја унапредат организацијата. Лидерот преку развивање на вистинските вредности, особини и вештини се подготвува за водење.

Работењето на лидерот го опфаќа: влијанието, извршувањето (работењето) и унапредувањето (подобрувањето)¹⁴⁰.

Влијанието на лидерот врз другите се карактеризираат како: комуникација, донесување одлуки и мотивација.

Работењето (извршувањето) е она што се прави за да се изврши итната - моменталната задача, да се завршат работите на време, според стандардите и ги опфаќа следните категории: планирање, подготовка, извршувањето и проценувањето (анализирање).

Унапредувањето (подобрувањето) на организацијата се остварува низ следните категории на ангажирање: развој, градење и учење.

4. ТЕХНИКИ НА ЛИДЕРСТВОТО

Зошто луѓето се мотивирани да прават разни работи за лидерот или за организацијата? Не постои еден единствен фактор што ќе ги мотивира сите луѓе во секое време. Покрај тоа во секој еден момент различни луѓе се мотивираат од различни работи. Најголемата грешка што ја прават лидерите во однос на мотивацијата е дека во поголемиот дел од времето тие дури и не знаат како да ги мотивираат луѓето. Најлошо е да се мисли дека потчинетите се мотивирани од една, а всушност тие да се мотивирани од друга, сосема различна работа.

Повеќето лидери сметаат дека платата, сигурноста и доброто осигурување се најбитни фактори за мотивацијата. Секој човек сака кон него да се однесуваат со почит однесувањето кон потчинетите треба да е со повеќе почит.

Лидерот треба да изнајде начини како да им ја направи работата интересна на луѓето, а со тоа ќе се зголеми продуктивноста во организацијата. Ако лидерот се замисли може да најде многу начини како да ја зголеми мотивацијата на луѓето и да им ја направи работата значајна интересна. Работата што еден човек ќе ја извршува не треба да биде монотона и рутинска, затоа што интересот кон работата ќе се намали. Таа треба да се направи интересна. Секој човек сака да добие признание за добро свршената работа. Тоа на него ќе влијае мотивирачки за подобро да ги изврши доверените задачи. Човекот има желба, сака и копнее по признание за она што го направил, што го постигнал за доброто на организацијата. Луѓето кои се наоѓаат на

¹³⁷ Yukl, G. Leadership in Organization, Prentice-Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2002. p.198.

¹³⁸ Стаменковски А. „Менаџмент со одбраната“, ТНИД - Ѓурѓа, Скопје, 2004 година стр.301.

¹³⁹ FM 6-22, Army Leadership – Competet, Confident and Agile; October 2006. p.242.

¹⁴⁰ Lester R. Bittel, „The Key to Managment Succes" Aleksander Hamilton Institute Incorporated, 1984. p.137.

повисоки позиции во организацијата ги посакуваат признанијата, затоа што тие влијаат мотивирачки за понатамошната нивна работа. Обврска на лидерот е да изнајде начин како да ги пофали работниците и да им оддаде признание за нивната работа. Од лидерот се бара да дејствува како учител. Тој треба да создаде услови луѓето да ги развиваат своите способности во организацијата преку спроведување различни специјални курсеви во организацијата или на друг начин.

Слушањето може да биде многу поважно за лидерството отколку што се претпоставува. Лидерот треба да има способност да слуша, тоа е дури и критичен фактор на лидерството. Прашајте што е важно за вашите луѓе и слушајте што ќе ви кажат тие¹⁴¹. Луѓето се расадник на идеи во една организација, ако лидерот ги сослуша, организацијата може да има само корист од тоа. Луѓето треба сами да мислат. Лидерот треба да им каже што да направат и треба да ги остави сами да решат како тоа ќе го направат. Тој може да им помага, ако му побараат помош, затоа што секој има свој ум, искуство и можности, секој од нив има своја вредност. Лидерот не може да мисли како секој во организацијата. Познато е дека производот од неколку одделни мозоци кои работат заедно е поголем, отколку резултатот од многу работници одделно. Мислењето во организацијата треба да се гради заеднички, а не одделно. Потчинетите треба да се остават сами да мислат како да го решат одредениот проблем. Лидерот може да биде добар во многу ситуации и покрај лошите работни услови и ниската плата.

ЗАКЛУЧОК

Во трудот потенцираме лидерот треба да биде ваков, мора да работи вака, треба да го знае ова и сл... Обично велеме дека ни е потребен лидер кој е ориентиран кон задачите, организиран, систематичен и детаљен, со други зборови комплетен или вистински лидер. Лидер кој мора да има глобален преглед, да биде креативен и подготвен да преземе ризик, да биде чувствителен за потребите на другите луѓе како и човек кој ја цени и практикува тимската работа. Но дали постојат совршени луѓе и лидери?

Совршени или идеални луѓе не постојат, што значи не може да постојат ни совршени лидери. Заради тоа што никој не може да биде совршен лидер, треба да бараме лидери кои ги исполнуваат повеќето позитивни лидерски карактеристики или можеме да создадеме тим и тоа тим со чувство за соединети разлики, а разликите се сила кои кога се обединети и ги надополнуваат слабостите. Сите кои ја сочинуваат организацијата не би можело да бидат раководени на ист начин. Лидерот мора правилно да ја следи изграденоста, подготвеноста и мотивација за потоа да може да ја преземе вистинската раководечка акција. Како водач мора да знае кој е тој, што знае и што може да направи околу својата дисциплина како и да ја води ефективно. Секоја раководечка ситуација е единствена. Што е направено во една ситуација не одговара за друга. Лидерските квалитети, задачи и принципи на раководењето им помагаат на лидерите да ги извршат мисиите. Лидерот мора да биде подготвен за секоја ситуација и да знае да преземе адекватна акција.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Bruce Newsome, MADE, NOT BORN Why Some Soldiers Are Better Than Others 2010, page 78.
- [2] Lester Bittel, „The Key to Management Succes" Aleksander Hamilton Institute Incorporated, 1984. p.137
- [3] Николовски Б. Основи на воено раководење, ALFA 94, Скопје, 1999г. стр.96.
- [4] Рудолф В. „Лидерство“ САД, 2009 година, страна 211.
- [5] Стаменковски А. „Менаџмент со одбраната“, ТНИД - Гурѓа, Скопје, 2004 година стр.301.
- [6] FM 6-22, Army Leadership – Competet, Confident and Agile; October 2006. p.242.
- [7] FM 22-100, ARMY LEADERSHIP, BE, KNOW, DO, June, 1999, Chapter 2, 2-3.
- [8] FM 22-100, ARMY LEADERSHIP, BE, KNOW, DO, Juni, 1999, Chapter 2, 2-5.
- [9] Yukl, G. Leadership in Organization, Prentice-Hall, Upper Saddle River, New Jersey, 2002. p.198.

¹⁴¹ Kouzes, James M., Barry Z. (2002)The Leadership Challenge.San Francisco. p.226.

THE MEANING OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP FOR DEVELOPMENT OF LOCAL SELF-GOVERNMENT

Sandra RisteskaRepublic of Macedonia, sandra_stankovik@hotmail.com

Abstract: Each country strives for growing economic development, but no country is able to implement it. Various experiences and projects from the countries of the European Union and other neighboring countries are taken and considered. Towards the end of the 20th century and at the beginning of the 21st century, economic movements are increasingly relying on public-private partnerships, which can lead to a rapid development process through the financing of infrastructure projects. Economic globalization, as well as the emergence of new opportunities for economic activity in the world, are aimed at cooperation of the authorities and businesses in the realization of the socio-economic policies. The implementation and realization of development projects through public-private partnerships is impossible without participation by the relevant institutions of the public and private sector. Above all, direct participation implies expertise, experience and education. Every project that will be realized through various forms of public-private partnership must fulfill certain conditions. Among the conditions for proper implementation of the project are: dialogue, transparency and monitoring. The main feature of PPP is the transfer of the risk to the financing, efficiency and quality of public services, which are usually the burden of the private partner. This paper analyzes and explores the essence of public-private partnership. The conceptual framework for public-private partnership, as well as its strengths and weaknesses, is set. With the application of PPP, the economic development of the infrastructure as a whole, and in particular the development of local infrastructure, is analyzed. The origin of PPPs, its characteristics, as well as the need and importance for their continuous implementation are explained. The application of PPP is considered through the experiences in certain countries of the European Union and the Republic of Macedonia. Then, the responses to previously hypothesized hypotheses are collected: what is the successful implementation of PPP, what is needed for PPPs and why. In the end, the data from the conducted research are collected, analyzed and determined the profile of certain activities, as well as the possible decisions for further strategies for the implementation of the PPPs.

Keywords: public private partnership, public sector, private partner, public services, economic development.

ЗНАЧЕЊЕТО НА ЈАВНО-ПРИВАТНОТО ПАРТНЕРСТВО ЗА РАЗВОЈОТ НА ЛОКАЛНАТА САМОУПРАВА**Сандра Ристеска**

sandra_stankovik@hotmail.com

Резиме: Секоја земја се стреми кон сè поголем стопански и економски развој, но ни една земја не е во состојба самата тоа да го спроведе. Се земаат и разгледуваат разни искуства и проекти од земјите на Европската унија и другите соседни држави. Кон крајот на XX век и во почетокот на XXI век, економските движења сè почесто се потпираат на јавно-приватното партнерство, што може да доведе до процес на брз развој преку финансирање на инфраструктурни проекти. Економската глобализација, како и појавата на нови можности за економската активност во светот, насочуваат кон соработка на властите и бизнисите во реализација на социо-економските политики. Имплементацијата и остварувањето на проектите за развој преку јавно-приватно партнерство е невозможно без партиципација од страна на релевантните институции на јавниот и приватниот сектор. Пред сè, директната партиципација подразбира експертиза, искуство и образование. Секој проект што ќе се реализира преку различни форми на јавно-приватно партнерство мора да оствари одредени услови. Меѓу условите за правилно спроведување на проектот се: дијалогот, транспарентноста и набљудувањето. Главната особина на ЈПП е пренесувањето на ризикот во финансирањето, ефикасноста и квалитетот на јавните услуги, кои најчесто се товар на приватниот партнер. Во овој труд се анализира и разработува суштината на јавно-приватното партнерство. Се поставува концепциската рамка за јавно-приватно партнерство, како и неговите предности и слабости. Со примента на ЈПП се анализира економскиот развој на инфраструктурата во целина и посебно во однос на развојот на локалната инфраструктура. Се образложува потеклото на ЈПП, неговите карактеристики, како и потребата и важноста за нивно континуирано спроведување. Се разгледува примената на ЈПП преку искуствата во

одделни земји на Европската унија и во Република Македонија. Потоа, се собираат одговорите на претходно зададените хипотези: каква е успешната имплементација на ЈПП, што е потребно за ЈПП и зошто. Накрај, податоците од истражувањата се собираат и се утврдува профилот на одделните активности, како и можните одлуки за понатамошни стратегии за примена на ЈПП.

Клучни зборови: јавно-приватно партнерство, јавен сектор, приватен партнер, јавни услуги, економски развој.

1. ВОВЕД

Во денешно време, јавно-приватното партнерство претставува една нова филозофија на односите помеѓу државата и бизнисот која ѝ овозможува на државата да се посвети на нејзините изворни функции. Имено, државата добива нова улога и наместо директно да се ангажира во обезбедување јавни добра, станува организатор, регулатор и контролор. Концептот на јавно-приватно партнерство во последниве децении стана активен начин за финансирање, изградба и одржување на инфраструктурата на јавниот сектор. Последниве години овој концепт често се зема предвид, ветувачки во поглед на можноста за водење проекти што се од јавен интерес, како што се: комуналните услуги (снабдување со вода за пиење, отпадните води, управување на отпадот), развој на инфраструктурните проекти (железнички, патни и автопатни), образованието, здравството, социјалата и спортот, како и другите јавни услуги за кои не се обезбедени доволно финансиски средства од страна на јавниот сектор. Со цел да се надмине растечкиот јаз помеѓу потребата од инфраструктурни проекти и недостатокот од финансиски средства кај јавниот сектор за реализација на тие проекти, јавно-приватните партнерства (ЈПП) се јавуваат како растечки елемент во „набавката“ и подобрувањето на јавните услуги. Идејата за ЈПП во основа е многу едноставна: наместо државата, приватниот сектор го финансира и гради проектот, со право да го стопанисува во одреден временски период за да ја поврати инвестицијата. По завршувањето на тој период, проектот се предава во сопственост на државата. Во практиката не постои унифицирана дефиниција на поимот ЈПП. Според Зелената книга за јавно-приватно партнерство и законодавството на Европската унија за јавни договори и концесии објавена во 2004 година од страна на Европската комисија, ЈПП претставува различни форми на соработка помеѓу јавниот сектор односно централната и локалната власт и приватниот сектор, сè со цел да се обезбеди финансирање, изградба, реконструкција, управување, како и одржување на инфраструктурата или вршење на јавни услуги.¹⁴² Според формата, односно начинот на реализација, ЈПП може да се подели во две групи - договорно ЈПП во кое приватниот сектор е вклучен во изградбата, финансирањето и управувањето на проектот или услугата и институционално ЈПП со кое се воспоставува нов правен субјект, заедничка сопственост од страна на двајца партнери. Формите на јавно-приватно партнерство варираат од обични договори за проектирање и изградба, преку т.н. модел „Design-Build-Operate-Transfer“, па сè до комплексни договори за концесија. Во класичниот модел на јавно-приватно партнерство, постојат шест типови на актери кои се поврзани во одреден протокол, и тоа:

- како прв актер се јавува *проектната компанија* која ја има централната улога;
- како втор актер се јавуваат *сопствениците* кои го вложуваат својот капитал во компанијата;
- како трето, тие можат да прибираат средства на пазарот преку задолжување кај *банките*;
- како четврти актер се јавува *изведувачот*, односно компанијата која ја извршува изградбата, додека трошоците му се исплатуваат од остварените приходи;
- како петти актер се јавува *управувач* кој се формира во рамките на проектната компанија или како посебен правен субјект, кој добива надомест за своите трошоци;
- шестиот актер се *корисниците на услугите*, односно крајните корисници, кои го сочинуваат финансискиот тек на капиталот, што подразбира дека плаќаат надомест или на друг начин придонесуваат финансиски.

Централната или локалната власт може да обезбеди средства од општите даночни приходи за потребата на изведбата. Со оглед на тоа дека понекогаш повеќе функции може да му се доделат на еден субјект, ваквите улоги можат и да се спојат (на пример, тогаш кога управувачот е одговорен и за изградбата).

¹⁴² European Commission. *Green Paper on Public Private Partnership and Community Law on Public Contracts and Concessions*. COM, (2004)

2. КАРАКТЕРИСТИКИ НА ЈАВНО-ПРИВАТНОТО ПАРТНЕРСТВО

ЈПП може да се дефинира како договорен однос во кој приватниот партнер презема одговорност за спроведување на дел (или целина) на некоја јавна функција. По својата природа ЈПП претставува соработка помеѓу јавниот и приватниот сектор со синергетски ефекти, во кои се интегрираат ресурсите на партнерите, сè со цел да се обезбедат јавни услуги и развој на јавната инфраструктура. Програмите за јавно-приватно партнерство нудат долгорочно одржлив пристап за подобрување на јавните услуги и јавната инфраструктура, како и зголемување на разновидноста на деловните активности на локално ниво. ЈПП најчесто претставува долгорочна соработка помеѓу јавниот и приватниот партнер со цел да се постигнат општите и конкретните бенефиции, односно договор помеѓу јавниот и приватниот партнер кој придонесува за зголемување на достапноста и квалитетот на услугите на јавниот партнер и овозможува остварување на посакуваните придобивки на приватниот партнер.

Вообичаено, јавно-приватното партнерство го карактеризираат следниве елементи:

- Приватниот партнер ги подготвува проектните документи, целосно или делумно ја финансира изградбата на инфраструктурата, ја управува и ја одржува истата или извршува дејност од јавен интерес односно јавна услуга, за што добива соодветна компензација од страна на јавниот партнер или од крајните корисници на јавните услуги;
- Јавниот партнер има право да ги дефинира целите што треба да се постигнат во однос на квалитетот на јавните услуги, цените на јавните услуги и контролата над извршувањето на јавните услуги;
- Јавно-приватното партнерство се карактеризира со релативно долг временски период на важење на договорот;
- Распределбата на ризикот најчесто се пренесува на приватниот партнер. Меѓутоа, не мора да значи дека со јавно-приватното партнерство приватниот партнер секогаш го презема целосниот или поголемиот дел од ризикот кој е поврзан со проектот. Сепак, прецизната распределба на ризикот зависи од случај до случај.

Постојат многу позитивни примери на реализација на крупни инфраструктурни проекти преку моделот на ЈПП, сепак, неговото користење не може да се смета како солуција за сè и за сите проекти. Исто така, постојат и многу пропаднати проекти што се реализирале како ЈПП. Токму затоа, од суштинско значење е јавниот сектор јасно да ги идентификува факторите што го чинат проектот оправдан за финансирање од страна на приватниот сектор.

3. НАЧЕЛА ЗА ВОСПОСТАВУВАЊЕ ЈАВНО-ПРИВАТНО ПАРТНЕРСТВО

Во спроведувањето на Законот за јавно-приватно партнерство, јавниот партнер е должен да ги почитува следниве начела:

- **Заштита на јавниот интерес.** Ова начело значи обврска на централните власти да ги обезбедат и да ги гарантираат правата на приватниот партнер кои не се во спротивност со законот на јавниот интерес;
- **Ефикасност.** Ова начело претставува обврска за спроведување на постапка за склучување јавен договор и избор на приватен партнер во согласност со законот, со колку што е можно помали трошоци за спроведување на таа постапка;
- **Транспарентност.** Ова начело вклучува обврска на огласување на намерите за склучување на јавен договор со или без елементи на концесија и можност на понудувачот да изврши увид во податоците за спроведување на постапка за доделување на јавни договори и сл.;
- **Еднаков и правичен третман.** Претставува начело без можност за дискриминација, бидејќи на сите учесници во постапката им се доделуваат јавни договори и избор на приватен партнер, со обврска учесниците да имаат точни и потполни информации, како и критериуми и стандарди за избор на приватен партнер;
- **Конкуренција на слободниот пазар.** Начело кое ја вклучува забраната за ограничување на учеството во процесот за набавка или избор на партнер, како и обврската за прифаќање на сите учесници со адекватни технички, финансиски и други стручни квалификации;
- **Пропорционалност.** Ова начело подразбира дека секоја мерка на централните власти мора да биде минимално потребна и во пропорција со јавниот интерес кој со таквата мерка сака да се заштити;

- **Автономија.** Вклучува слобода на договорените страни дека во согласност со законите, прописите и добрите деловни практики ќе ги уредат меѓусебните права и обврски;
- **Еднаквост на договорените страни.** Начело кое укажува на тоа дека меѓусебните односи на субјектите во јавниот договор се темелат на нивната еднаквост и рамноправност;
- **Заштита на животната средина.** Ова начело е регулирано со Законот за заштита на животната средина и вклучува обврски на превенција и претпазливост, интегралност, зачувување на природните богатства, одржлив развој, поголема одговорност кај загадувачите и друго.

4. ПРИЧИНИ ЗА ВОСПОСТАВУВАЊЕ НА ЈАВНО-ПРИВАТНО ПАРТНЕРСТВО

Со вклучување на приватниот сектор во финансирањето, изградбата и управувањето на инфраструктурните проекти, локалните власти можат да постигнат:

- Оптимализација на расходите за капитални инвестиции и цена на финансиската исплатливост на проектот врз основа на пресметката на вкупните расходи во текот на траењето на проектот;
- Процена на користа од спроведување на ЈПП-проекти во споредба со класичните јавни набавки;
- Пренесување на дел од ризикот од спроведување на проектот на приватниот сектор во согласност со принципите на транспарентност и пропорционалност.

Локалната самоуправа може да очекува обезбедување голем број бенефиции од ЈПП-проектите:

- **побрза имплементација на проектот** која се постигнува со доверување на повеќе фази на реализација на проектот (финансирање, проектирање, изградба, користење) на еден приватен партнер;
- **заштеда во трошоците за изградба** преку побрза имплементација, побрза набавка и намалување на ризикот од надминување на времето и трошоците;
- **заштеда на оперативните трошоци** преку имплементација на современите технологии, квалификувана работна сила, централизирање на административниот кадар и разновидна употреба на објекти;
- **иновации во обезбедувањето на инфраструктура и услуги** преку конкуренција која поттикнува приватните партнери да пронајдат поефикасни начини за реализација на проектите од своите конкуренти;
- **поголеми можности за финансирање на инфраструктурни проекти** без ангажирање на ограничени буџетски средства и задолжување на финансиски пазари;
- **подобро мерење на ефикасноста на испорака на услуги**, преку воведувањето на пазарни стандарди и оценување на квалитетот; и
- **зголемување на локалните приходи** преку данок на имот и приход, лизинг, надоместоци за концесија или приход од проектот/услугата.

5. КОНЦЕСИИ

Концесијата претставува договорен однос помеѓу јавните власти и приватните компании. Јавна власт може да биде државата, регионалната, локалната самоуправа или јавно претпријатие. Кај ваквите модели на соработка приватниот партнер го нарекуваме концесионер, а јавниот партнер се именува како концидент. Концидентот на концесионерот му дава право во подолг временски период, обично од 20-30 години, да извршува некоја јавна услуга, да користи одредено природно богатство или да врши друга дејност од јавен интерес. За возврат, концесионерот му плаќа концесиски надоместок на концидентот. Концесионерот ја сноси целата одговорност за функционирањето на предметот на концесијата, вклучувајќи управување, одржување, менаџирање, како и инвестирање во реконструкција и евентуално проширување. Условите и оперативните стандарди ги пропишува концидентот. Концесионерот наплатата за услугите ја извршува од крајните корисници. Владата дава концесии во областите во кои нема доволно стручност и финансии да ги развива, а кои сепак се од општ интерес. Предност кај концесиите е тоа што целата одговорност ја презема приватниот сектор, со што придонесува за поголема ефикасност во сите фази на работењето. Поради тоа, концесиите се атрактивни за бизниси кои бараат големи инвестиции.

6. ЗАКЛУЧОК

Како нов концепт на финансирање на јавните добра се јавува јавно-приватното партнерство. Овој концепт претставува принцип на едноставна соработка, каде што приватното претпријатие финансира и гради разни јавни проекти со право да ги управува во одредена временска рамка и да се стреми да го зголеми профитот

со средствата што ги инвестира. Една од причините за имплементација на овој концепт е потребата за промена на функцијата на државата и економијата. Исто така, како втора причина која се однесува на улогата на државата претставуваат буџетските ограничувања, како и моменталната состојба на прекумерен јавен долг во многу земји во светот, а посебно во Европа. Во такви околности, кога државата не може да финансира изградба на инфраструктурни проекти за развој, креира институционална рамка за соработка со приватниот сектор, користејќи „know-how“ и други сопствени способности. Оваа ситуација бара нови можности за дејствување во сферата на заштеда на јавните финансии, односно контрола на јавните расходи, во смисла на инфраструктурни инвестиции и услуги за зголемување на животниот стандард. Кооперацијата помеѓу приватниот и јавниот сектор преку ваквиот концепт е од големо значење за постигнување на економскиот развој. Имплементацијата и остварувањето на проектите за развој преку јавно-приватно партнерство е невозможно без партиципација од страна на релевантните институции на јавниот и приватниот сектор. Пред сè, директната партиципација подразбира експертиза, искуство и образование. Секој проект што ќе се реализира преку различни форми на јавно-приватно партнерство мора да оствари одредени услови. Меѓу условите за правилно спроведување на проектот се: дијалогот, транспарентноста и набљудувањето. Главната особина на ЈПП е пренесувањето на ризикот во финансирањето, ефикасноста и квалитетот на јавните услуги, кои најчесто се товар на приватниот партнер. Што е најважно, со цел да може да се спроведат инвестиции преку форми на јавно-приватно партнерство, потребен е услов за обезбедување на поголема ефикасност на јавниот сектор што се спроведува преку стандардизирани јавни набавки. Со други зборови, овој концепт е поинаку познат како начин „вредност за пари“, така што властите како на централно, така и на локално ниво со примена на ЈПП, имаат потенцијал да заштедат финансиски средства, односно јавни давачки. Јавно-приватното партнерство е соработка помеѓу јавниот и приватниот сектор и тоа не треба да се смета како приватизација. Договорот за таквата соработка е договорен за одреден временски период, како и други норми за компетентноста на бенефициите и добивката за двете страни. Така, овој концепт користејќи ги сите капацитети развива нови пристапи за намалување на невработеноста, иако овој метод на финансирање и развој на инфраструктурни проекти е критикуван од страна на некои експерти во земјите на Европската унија. Според нивното мислење, овој пристап на финансирање, градење и управување со добра од општ интерес е штетен за демократијата и не носи вистински придобивки за ефикасноста на менаџментот. Јавното-приватно партнерство претставува концепт кој треба да има широк опсег во Република Македонија, имајќи предвид дека постои правна формулација. Правната регулатива се смета за предност во имплементирање на развојните политики за инфраструктурни проекти преку јавно-приватни партнерства. Република Македонија, како земја која има тенденција и цел да влезе во Европската унија, мора да биде подготвена за предизвиците коишто произлегуваат од тоа членство. Со спроведувањето на јавно-приватно партнерство се придонесува за остварување на стратешките цели за привлекување на странски инвестиции, што доведува до зајакнување на економскиот раст и развој. Затоа, јавно-приватното партнерство треба да се поддржува, но со голема внимателност, за да не се искористи за лични и групни интереси. Во овој момент, имаме голема потреба од брз развој на инфраструктурата и јавните услуги, па поради тоа треба да го поддржиме развојот на ЈПП. Со оваа замисла, несомнено, индиректно ги зачувуваме државните и општинските буџети од таквите инвестиции, додека директно го стимулираме бизнис-секторот кој повторно го надолува буџетот. Притоа, развиените земји на запад ни претставуваат добар пример.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] J.E. Blakely, K.T. Bradshaw, *Planning Local Economic Development - Theory and Practice*, Sage Publications, Thousand Oaks, London, New Delhi, 2002.
- [2] L. Brdarevic, *Razvoj lokalne infrastrukture kroz javno-privatno partnerstvo*, prirucnik za lokalne vlasti, USAID, Srbija, 2012.
- [3] M. Bult-Spiering and G. Dewulf, *Strategic Issues in Public-Private Partnership: An International Perspective*, Blackwell Publishing Ltd, Oxford, UK, 2006.
- [4] D. Damjanović, T. Pavlović-Krizanić, G. Peteri, *Partnerstvo javnog i privatnog sektora: dobra i loša iskustva u odbranim zemljama u tranziciji*, PALGO centar, Beograd, Srbija, 2010.
- [5] European Commission, *Green Paper on Public Private Partnership and Community Law on Public Contracts and Concessions*. – COM, 2004.
- [6] Л. Јоноски, *Моделот на јавно-приватното партнерство реално остварлив и применлив*, Правдико, 2014.
- [7] L. Montanheiro, *Identifying economic benefits in multy-organisation partnership*, in: *Public private sector partnership: fostering enterprise*, Sheffi eld Hallam University Press, Sheffi eld, 1998.

- [8] S.P. Osborne, *Public-Private Partnerships: Theory and practice in international perspective*, *Advances in Management and Business Studies*, Routledge, New York, 2000.
- [9] М. Трајановски, Д. Узунов, М. Николов, Ј. Вртески, *Прирачник за дизајн и имплементација на ефективни јавно-приватни партнерства*, ЗЕЛС, 2008.
- [10] M. Vagliasindi and A.K. Izaguirre, *Private Participation in infrastructure in Europe and Central Asia*, *Gridlines Note No. 26*, 2007.

INNOVATIONS IN BULGARIAN ENTERPRISES

Rositsa ChobanovaInstitute for Economic Research, Bulgarian Academy of Science, Bulgaria, r-chobanova@iki.bas.bg

Abstract: The aim of this paper is to characterize innovations in the Bulgarian enterprises with more than 10 employees.

Data used is of the last official data of innovation survey – 2014, published on the website of the National Statistical Institute and provided in the frame of European innovation survey.

The methodology of the collecting and interpreting innovation data has followed the methodological guidelines of Eurostat and the Organization for Economic Cooperation and Development in Oslo Manual, as well as other methodological guides from the Frascati Methodological manuals family.

After presenting applied methodology the topics discussed in the paper concern:

- share of innovative enterprises;
- share of the enterprises realizing new products on the market;
- enterprises with different types of innovative cooperation.

The main among tasks of the study was to identify the innovativeness of enterprises regarding:

- a) their size – small, middle and big ones;
- b) regarding belonging of enterprises to services or industry - defined by NACE.

At the end conclusions are made. They could be assumed as follow:

- the analysis of the innovation of the enterprises in Bulgaria shows that the overall level is low. The share of innovative enterprises in Bulgaria is 26.1%.;
- higher innovation activity is performed by enterprises in industry;
- there is a correlation between size of enterprises and their innovativeness. With the increase in the size of the enterprise, its innovation activity is growing, and large-scale enterprises are much more innovative than small enterprises.

The paper as such is a results of an teaching experiment to include students in research incorporated into the course Innovation Management of Master's program, specialty Management of Services, of the University of Telecommunications and Post. The course is leaded by Prof. Ph.D., D.Sc. Rossitsa Chobanova.

Keywords: innovations, enterprises, Bulgaria

ИНОВАЦИИ В БЪЛГАРСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**Росица Чобанова**Институт за икономически изследвания, r-chobanova@iki.bas.bg**1. ВЪВЕДЕНИЕ**

Изследването на иновативността на българските стопански предприятия е на фокус поради факта, че една от причините България да бъде в групата на изоставащите по Индекс на иновативност в ЕС, е недостатъчните фирмените иновации. Използването на актуалната европейска методология позволява непрекъсната сравнимост и съпоставимост на резултатите за различните държави - членки и за ЕС като цяло. Проучването на иновационното представяне на предприятията със стопанска цел в България е за 2014 г. е по групи предприятия – малки, средни и големи от една страна и в областта на индустрията или услугите, от друга страна. Единици на наблюдение са предприятията от нефинансовия и финансовия сектор с 10 и повече наети лица, осъществяващи следните икономически дейности (КИД-2008): Добивна и преработваща промишленост; Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива; Доставка на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване; Търговия на едро, без търговията с автомобили и мотоциклети; Транспорт, складиране и пощи; Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения; Финансови и застрахователни дейности; Архитектурни и инженерни дейности; технически изпитвания и анализи; Научноизследователска и развойна дейност; Рекламна дейност и проучване на пазари.

2. МЕТОДОЛОГИЧНА ОСНОВА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

2.1. Основни понятия и дефиниции

Основните понятия и определения по-долу, имащи отношение към предмета на изследване, са свързани с иновацията, свързаните с нея понятия и нейните видове.

Иновация е внедряването на нов или значително усъвършенствен продукт или процес (технологична иновация), нов маркетингов метод, нов организационен метод в бизнес практиките, в организацията на работното място или във външните отношения (нетехнологична иновация). Иновациите се основават на резултатите от нови технологични разработки, нови комбинации от съществуващи технологии или на използването на знанията, придобити от предприятието. Минималното изискване за иновация е, че продуктът (процесът) трябва да бъде **нов** или **значително подобрен** за фирмата. Иновациите могат да бъдат разработени от иновативно предприятие или от друго предприятие. Обикновената препродажба на иновации, изцяло произведени и разработени от други предприятия, не се включва в иновационната дейност. Иновациите следва да бъдат нови за съответното предприятие. За продуктите иновации не е задължително те да бъдат нови за пазара (както и за процесовите иновации), не е задължително предприятието да бъде първото, което ги е внедрило.

2.2. Видовете иновации, осъществявани в предприятията са:

- **Продуктова иновация** е реализирането на пазара на стока или услуга, която е нова или значително усъвършенствана по отношение на нейните характеристики или предназначение. Това включва значителни подобрения в техническите спецификации, компонентите и материалите, вградените софтуер, в удобството за използване от потребителите или в други функционални характеристики.
- **Процесова иновация** е прилагането на нов или значително усъвършенствен метод за производство или доставка. Това включва значителни промени в техниките, оборудването и/или софтуера. Процесовите иновации могат да бъдат предназначени за намаляване на разходите за единица продукция при производството или доставката, за повишаване на качеството, или за производство или доставка на нови или значително усъвършенствани продукти
- **Организационната иновация** е нов организационен метод в бизнес практиките на предприятието, в организацията на работното място или във външните отношения, който не е бил използван преди това от предприятието.
- **Маркетинговата иновация** е прилагането на нов маркетингов метод, включващ значителни промени в дизайна на продукта или опаковката, в позиционирането, популяризирането на продукта или в ценообразуването. Маркетинговите иновации са насочени към по-добро задоволяване на потребностите на клиентите, откриване на нови пазари или ново позициониране на фирмения продукт на пазара, с цел увеличаване на продажбите на предприятието.
- **Иновационното сътрудничество** представлява активно участие в съвместни иновационни проекти, които се осъществяват заедно с други предприятия и организации. Обикновеното наемане на работна сила, без активно участие в иновационните проекти, не се счита за сътрудничество.
- **Иновативността на предприятията** отразява способността и готовността да провеждат иновационна дейност, тя е обобщаващ показател за иновационното представяне на предприятието.
- **Иновативно предприятие** е предприятие, въвело някои от посочените иновации за период от 3 г., самостоятелно или в сътрудничество с други предприятия или организации. Иновативните предприятия обхващат предприятията с технологични иновации, както и предприятията с организационни и маркетингови иновации. Предприятията с технологични иновации обхващат предприятията с продуктови иновации, с процесови иновации и предприятията с незавършена и преустановена иновационна дейност.
- **Иновационните дейности** на предприятията са всички творчески, финансови и други усилия, насочени към внедряване на нововъведения.

2.3. Показатели за измерване на иновационното представяне

Предприятията могат да осъществяват иновационна дейност без да я прилагат на практика. Всички дейности, включени в развитието и прилагането на иновации за период от 3 години, включително тези, планирани за прилагане в бъдеще, са иновационни дейности. През определен период от време, те могат да бъдат три вида:

- успешно довели до въвеждането на иновации;
- активна работа, която все още не е довела до въвеждането на иновации;
- иновации, изоставени преди въвеждането.

Степени на иновативност

Всички иновации, трябва да съдържат известна степен на новост:

- новост за фирмата (ниска степен на иновативност);
- новост на пазара или света (висока степен на иновативност).

Независимо от различните признаци, по които се класифицират иновациите, съответните видове имат тясна взаимовръзка. Продуктовите иновации могат да влияят на изменението на производствените процеси или организационните условия. Чрез процесните иновации едновременно могат да се създадат и необходимите технически предпоставки за продуктови иновации. Социалните иновации, например, могат да бъдат едновременно и инструмент на продуктовите иновации.

Резултатите от иновационната дейност намират израз в новите продукти/услуги, реализирани на пазара. Между тях и останалите видове иновации често има взаимовръзка и взаимозависимост. Важно е да се прави разграничаване в целите и резултатите от иновациите - докато продуктовата иновация е насочена към постигане на резултат от дейността, то процесната иновация е ориентирана към повишаване на ефективността на производствения процес.

Резултатите от изследванията са основният източник на данни за измерване на иновациите в Европа. Събраната информация се разпространяват на интернет страницата на **Евростат**. Таблиците съдържат основна информация за предприятието, раздели по видове иновации, иновационна дейност и разходи за нея, резултати от иновационната дейност, източници на информация за иновационни идеи, иновационно сътрудничество и др.

НСИ предоставя данни за българските предприятия, следвайки съвременната европейска методология. Провежданите наблюдения и публикуваните резултати на сайта на НСИ относно иновационните дейности на предприятия-ята в България за различните тригодишни периоди са обособени в две групи: Индустрия и Услуги по размер – малки, средни и големи предприятия. Микро предприятията не са обект на изследване. Показателите, използвани за оценката на иновативността на предприятията, са: (НСИ, 2018)

- Дял на иновативните предприятия от общия брой предприятия;
- Дял на предприятията, реализирали нови или усъвършенствани продукти, нови за пазара, от общия брой предприятия;
- Дял на оборота, реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за пазара, от общия оборот на предприятията;
- Дял на оборота, реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за предприятието, но не и за пазара, от общия оборот на предприятията;
- Дял на предприятията с иновационно сътрудничество от общия брой предприятия с технологични иновации.

3. ДЯЛОВЕ НА ИНОВАТИВНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В БЪЛГАРИЯ

3.1. Дял на иновативните предприятия от общия брой предприятия

таб.1. Дял на иновативните предприятия от общия брой предприятия, %

Икономически дейности (КИД - 2008)	2014		
	Иновативни предприятия 3)	Предприятия технологични иновации 4)	Предприятия нетехнологични иновации 5)
Общо	26,1	17,1	16,3
Индустрия 1)	29,7	21,6	16,1
Услуги 2)	21,9	11,7	16,5
10 - 49 наети	20,6	13,1	12,5
50 - 249 наети	38,8	27,7	23,9
250 и повече наети	78,3	46,4	57,5

Източник: НСИ, 2018-04-12

¹⁾ Включва сектори В, С, D и Е.

²⁾ Включва сектори Н, J и К, и раздели 46, 71, 72 и 73.

³⁾ Иновативните предприятия обхващат предприятията с технологични и нетехнологични иновации.

⁴⁾ Предприятията с технологични иновации обхващат предприятията с продуктови и процесови иновации (независимо дали имат организационни и маркетингови иновации).

⁵⁾ Предприятията с нетехнологични иновации обхващат предприятията с организационни и маркетингови иновации (независимо дали имат продуктови и процесови иновации).

3.1.1. Анализ на данните

Проучването на иновативността на предприятията в България е за периода 2012 – 2014 г., на базата на официално публикувани данни от НСИ. **Единици на настоящото наблюдение** са предприятията от нефинансовия и финансовия сектор с 10 и повече наети лица.

Разглежданият период се характеризира с нови икономически условия, засягащи както България, така и останалите държави в ЕС. Редица икономисти определят кризисните условия като възможност за преразглеждане на фирмената стратегия и насочване на усилията към нови конкурентни предимства, в т.ч. иновационни предимства.

По данни на НСИ за България резултатът е виден от табл.1. – иновативни са 29.7 % от индустриалните предприятия и 21.9 % на предприятията в нематериалната сфера. С размера на предприятието нараства и неговата иновативност и големите по размер предприятия са около 3 пъти по-иновативни от малките по размер предприятия като цяло и по отношение на технологичните иновации. С около 10% по-иновативни са предприятията от индустрията, спрямо тези в сектора на услугите.

3.1.2. Изводи

Основните изводи от резултатите от анализа са, че по-висока иновационна активност имат предприятията от индустрията. С нарастването на размера на предприятието нараства и неговата иновационна активност и големите по размер предприятия са много по-иновативни от малките по размер предприятия.

3.2. Предприятията, реализирали нови или усъвършенствани продукти за пазара

3.2.1. Определения

Дефинирането на понятието нов продукт изисква дефиниране на по-широкото понятие иновация. Икономистът Йозеф Шумпетер разглежда иновацията в широк смисъл като създаване на нови „комбинации“ от производители и начини на производство, които включват нови продукти, нови методи за производство, създаване на нови пазари, използване на нови суровини и дори реорганизация на цял сектор от националното стопанство. Питър Дракър поставя ударението върху това, че иновацията не е изобретение. Иновацията е по-скоро понятие на икономическата наука, отколкото понятие, отнасящо се до технологиите. Иновацията може да се изрази в по-ниска цена, в нов и по-добър продукт, в нов начин за разпространение на продукта или в осъзнаването от страна на потребителя на нова нужда. Иновацията, също така, може да е свързана с откриването на ново приложение за стари продукти. Дракър смята, че най-продуктивната иновация е разработването на различен от съществуващите продукт или услуга, които създават нови възможности за удовлетворяване на потребителите, а не само усъвършенстват тези възможности. Обикновено този нов и различен продукт е по-скъп, но като цяло въздействието му е, че прави икономиката по-продуктивна.

Таб. 2. Дял на предприятията, реализирали нови или усъвършенствани продукти, нови за пазара, от общия брой предприятия, %

Икономически дейности (КИД - 2008)	2014
Групи по големина на предприятията според броя на наетите лица	
Общо	5.7
Индустрия 1)	6.4
Услуги 2)	4.9
10 - 49 наети	4.4
50 - 249 наети	8.7
250 и повече наети	18.4

Източник: НСИ

¹⁾ Включва сектори В, С, D и Е.

²⁾ Включва сектори H, J и K, и раздели 46, 71, 72 и 73.

3.2.2. Анализ на данните

Наблюдават се ниски резултати общо – 5.7 %, както в отделните групи предприятия по размери, така и по отношение на Индустрия (6,5%) и Услуги (4,9%). По големина на пазара се счита, че нови за пазара са 250 или повече с 18,4%. На второ място са средните със 8,7%, на трето място са малките с 4,4%.

3.2.3. Изводи

Основните изводи от резултатите от анализа са, че по-висока иновационна активност имат предприятията от индустрията, с изключение на активността по отношение на реализация на нови за пазара продукти и иновационно сътрудничество. Делът на оборота от нови продукти за пазара е по-висок от дела на оборота от реализирани продукти, нови само за съответното предприятие, като в сферата на услугите, както и за малките и големите предприятия резултатите са по-високи. С нарастването на размера на предприятието нараства и неговата иновационна активност и големите по размер предприятия са много по-иновативни от малките по размер предприятия.

3.3. Дял на оборота, реализиран от нови продукти на пазара

3.3.1. Определения

Оборот - включва всички нетни приходи от продажби на продукция, стоки и услуги, вкл. и продажбата на суровини и материали на наблюдаваните предприятия, фактурирани през отчетния период (не се включват ДДС и други приспадащи се данъци). Индексите на оборота измерват изменението в приходите от продажби на предприятията по текущи цени.

Делът от оборота от новите за пазара продукти е показател, отразяващ резултата от иновативни продукти от реализацията. Той се определя като съотношение на оборота от нови продукти, спрямо общия оборот на всички изследвани предприятия. В Индустрията активността е двойно по-висока от тази в Услуги, а за големите предприятия почти 5 пъти по-висока от тази на малките предприятия.

Таб. 2. Дял на оборота, реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за пазара, от общия оборот на предприятията, %

Икономически дейности (КИД - 2008) Групи по големина на предприятията според броя на наетите лица	2014
Общо	2.2
Индустрия ¹⁾	2.9
Услуги ²⁾	1.6
10 - 49 наети	1.8
50 - 249 наети	1.5
250 и повече наети	3.0

Източник: НСИ

¹⁾ Включва сектори В, С, D и Е.

²⁾ Включва сектори H, J и K, и раздели 46, 71, 72 и 73.

3.3.2. Анализ на данните

Иновативната дейност, която има за резултат за разработване на иновативни продукти е представена в табл. 3.

Средно 2.2% от оборотите на всички пазари в страната за 2014 год. е резултат от реализирани на пазара нови продукти (нови за пазара). Средно 2.9% от оборота, реализиран от индустрията се дължи на реализирани нови за пазара продукти. Средно 1.6% от оборота, реализиран от услугите се дължи на реализирани нови за пазара продукти.

3.3.3. Изводи

От анализа могат да се направят следните изводи:

1. Равнището на новите продажби в оборота на предприятията в страната е нисък – средно 2.2%.
2. Индустрията реализира по-висок дял на оборота в сравнение с услугите, съответно 1.9% и 1.6%.
3. В общия оборот на големите предприятия, делът на новите продукти е 3%, а делът на оборота на малките предприятия в резултат на обновяване е 1.8%. Делът на оборота в средните предприятия, делът на новите продукти е 1.5%.

3.4. Дял на оборота, реализиран от нови за предприятието продукти

таб.4. Дял на оборота, реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за предприятието, но не и за пазара, от общия оборот на предприятията, %

Икономически дейности (КИД - 2008) Групи по големина на предприятията според броя на наетите лица	2014
Общо	2.6
Индустрия ¹⁾	3.7

Услуги ²⁾	1.5
10 - 49 наети	1.3
50 - 249 наети	2.5
250 и повече наети	3.4

Източник: НСИ

- 1) Включва сектори В, С, Д и Е.
2) Включва сектори Н, J и К, и раздели 46, 71, 72 и 73.

3.4.1. Анализ на данните

От общия оборот, оборотът който се реализира от нови или усъвършенствани продукти, нови за предприятието, но не и за пазара е 2,6 %, което е много малък процент. Това показва, че иновациите все още не са широко застъпени в икономиката. Оборотът за тези продукти, произвеждани в предприятия от индустрията е 3,7 %, което е доста по - висока цифра от тази за всички сектори, както и по - висока от тази в сектор Услуги. В графа Индустрия се включват секторите В – Добивна промишленост; С – Преработваща промишленост; Д – Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива и Е - Доставка на води, канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване, а това са структуроопределящи сектори на икономиката и в тях се създава голяма част от Брутния вътрешен продукт. Най - нисък е дялът на оборота от нови за предприятието продукти в сектор Услуги – 1,5 %.

Дялът на оборота на малките предприятия, които е реализиран от продажба на нови за предприятието, но не и за пазара, продукти е 1,3%. Дялът на оборота на средните предприятия, които реализират продажба на нови за предприятието продукти е 2,5% от всички средни предприятия. Дялът на оборота на големите предприятия, в резултат от внедряване на нови продукти за предприятието е 3.4% от оборота на всички големи предприятия.

Налага се мнението, че иновациите са скъпоструващи дейности и могат да си ги позволят големи предприятия, които могат да заделят от средствата за консултации и образование, наемане на таланти хора с високо заплащане, по-голям достъп до интелектуална собственост и др., необходими за развитие на иновационната дейност. Може да се направи заключението, че предприятията, реализирали нови продукти и относителният дял на реализирания оборот от такива продукти е незадоволителен. Може да се обобщи, че е налице по-скоро недостатъчно добре развита иновационна среда. Липсват връзки и тесни контакти между бизнеса и университетските структури; трудно се намират инвеститори, които да подпомагат работата на научноизследователските звена; твърде малко все още и недостатъчно добре отговарящи на потребностите са консултантските центрове, въпреки че основите им са поставени. От статистическите данни може да се види, че предприятията, които осъществяват иновационна дейност намаляват до 26,1 % през 2012 – 2014 г. в сравнение с периода 2010 – 2012 г. и 2008 – 2010 г.

3.4.2. Изводи

Изследването на иновациите на предприятията като цяло и от различни сектори на икономиката изисква използване на единна методика, която да позволява сравнимост на резултатите и открояване на силните и слаби страни в областта на иновациите. Основният икономически показател за измерване и оценка на иновативността на предприятията е относителният дял на оборота от реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за предприятието или нови за пазара от общия оборот на предприятията.

Основните изводи от резултатите от анализа са, че по-висока иновационна активност имат предприятията от индустрията, с изключение на активността по отношение на реализация на нови за пазара продукти и иновационно сътрудничество. Дялът на оборота от реализирани продукти, нови само за съответното предприятие е по-висок в сравнение с оборота от нови продукти за пазара като се запазва превес на предприятията от Индустрията над тези от Услугите. С нарастването на размера на предприятието нараства и неговата иновационна активност и големите по размер предприятия са много по-иновативни от малките по размер предприятия.

3.5. Дял на предприятията с иновационно сътрудничество

3.5.1. Определения

Иновационно сътрудничество - представлява активно участие в съвместни иновационни проекти, които се осъществяват заедно с други предприятия и организации. Обикновеното наемане на работна сила, без активно участие в иновационните проекти, не се счита за сътрудничество.

Предприятия с технологични иновации - обхващат предприятията с продуктови и процесови иновации (независимо дали имат организационни и маркетингови иновации).

таб.5. Дял на предприятията с иновационно сътрудничество от общия брой предприятия с технологични иновации, %

Икономически дейности (КИД - 2008)	2014
Групи по големина на предприятията според броя на наетите лица	
Общо	20.6
Индустрия ¹⁾	18.3
Услуги ²⁾	25.7
10 - 49 наети	17.8
50 - 249 наети	22.4
250 и повече наети	32.3

Източник: НСИ

¹⁾ Включва сектори В, С, D и Е.

²⁾ Включва сектори Н, J и К, и раздели 46, 71, 72 и 73.

⁴⁾ Предприятията с технологични иновации обхващат предприятията с продуктови и процесови иновации (независимо дали имат организационни и маркетингови иновации).

3.5.2. Анализ на данните

Изчерпателно изследване на предприятията от нефинансовия и финансовия сектор с 10 и повече наети лица. Данните се събират с помощта на единен хартиен и електронен (on-line) въпросник, включен в годишните отчети за дейността на предприятията. Валидирането на данните се извършва чрез аритметически и логически контрол на входните данни и съпоставяне на изходните данни с резултатите от предходните изследвания и с данни от административни източници.

В таблицата 20.6 % от предприятията в България са наети над 10 души и са осъществили иновационно сътрудничество за внедряване на технически иновации. Предприятията от сектора на услугите осъществяват по-често такова сътрудничество във връзка със сектора на индустрията.

Най-често иновационното сътрудничество осъществяват големите предприятия с наети 250 и повече души.

18,3 % от всички предприятия в Индустрията са осъществили иновационно сътрудничество.

По същество разликата не е много голяма, около 7,4 % като се има предвид, че пазарния дял на предприятията в България не е много голям. Може би, по-съществена разлика и по-добър анализ би се доловил, ако в изследването се осъществи с участието на международни фирми, извършващи дейност на територията на страната. 1/5 от предприятията в България са осъществили технологични иновации в рамките на съвместни проекти. Това означава, че 80 % от тези, които осъществяват технологични иновации работят самостоятелно. От това следва, че тези иновации не са с най-високо равнище на новост. От гледна точка между съотношението Индустрия и Услуги се забелязва, че технологичните иновации в услугите са по-често срещани в сравнение със сектора на Индустрията.

3.5.3. Изводи

Изводите, които могат да се направят от направения по-горе анализ е, че ¼ от предприятията осъществили технологични иновации са реализирани чрез сътрудничество в сферата на услугите. Малките предприятия по-рядко осъществяват технологични иновации, в сравнение с големите предприятия.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Направеният анализ на иновативността на предприятията в България показва, че общото равнище е ниско.

Делът на иновативните предприятия в България е 26,1%. Основните изводи от резултатите от анализа са, че по-висока иновационна активност имат предприятията от индустрията. С нарастването на размера на предприятието нараства и неговата иновационна активност и големите по размер предприятия са много по-иновативни от малките по размер предприятия.

При предприятията, реализирали нови или усъвършенствани продукти, нови за пазара се наблюдават ниски резултати общо – 5.7 %, както в отделните групи предприятия по размери, така и по отношение на Индустрия (6,5%) и Услуги (4,9%). По големина на пазара се счита, че нови за пазара са 250 или повече с 18,4%. На второ място са средните със 8,7%, на трето място са малките с 4,4%. Основните изводи от резултатите от анализа са, че по-висока иновационна активност имат предприятията от индустрията, с изключение на активността по отношение на реализация на нови за пазара продукти и иновационно сътрудничество. Делът на оборота от нови продукти за пазара е по-висок от дела на оборота от реализирани

продукти, нови само за съответното предприятие, като в сферата на услугите, както и за малките и големите предприятия резултатите са по-високи. С нарастването на размера на предприятието нараства и неговата иновационна активност и големите по размер предприятия са много по-иновативни от малките по размер предприятия.

Дялът на оборота, реализиран от нови продукти на пазара е средно 2.2% от оборотите на всички пазари в страната за 2014 год. Това е резултат от реализирани на пазара нови продукти (нови за пазара). Средно 2.9% от оборота, реализиран от индустрията се дължи на реализирани нови за пазара продукти. Средно 1.6% от оборота, реализиран от услугите се дължи на реализирани нови за пазара продукти.

От анализа могат да се направят следните изводи:

1. Равнището на новите продажби в оборота на предприятията в страната е нисък – средно 2.2%.
2. Индустрията реализира по - висок дял на оборота в сравнение с услугите, съответно 1.9% и 1.6%.
3. В общия оборот на големите предприятия, дялът на новите продукти е 3%, а дялът оборота на малките предприятия в резултат на обновяване е 1.8%. Дялът на оборота в средните предприятия, дялът на новите продукти е 1.5%.

Дял на оборота, който се реализира от нови или усъвършенствани продукти, нови за предприятието, но не и за пазара е 2,6 %, което е много малък процент. Това показва, че иновациите все още не са широко застъпени в икономиката. Оборътът за тези продукти, произвеждани в предприятията от индустрията е 3,7 %, което е доста по - висока цифра от тази за всички сектори, както и по - висока от тази в сектор Услуги. В графа Индустрия се включват секторите В – Добивна промишленост; С – Преработваща промишленост; D – Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива и E - Доставка на води, канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване, а това са структуроопределящи сектори на икономиката и в тях се създава голяма част от Брутния вътрешен продукт. Най - нисък е дялът на оборота от нови за предприятието продукти в сектор Услуги – 1,5 %.

Дялът на оборота на малките предприятия, които е реализиран от продажба на нови за предприятието, но не и за пазара, продукти е 1,3%. Дялът на оборота на средните предприятия, които реализират продажба на нови за предприятието продукти е 2,5% от всички средни предприятия. Дялът на оборота на големите предприятия, в резултат от внедряване на нови продукти за предприятието е 3.4% от оборота на всички големи предприятия.

Налага се мнението, че иновациите са скъпоструващи дейности и могат да си ги позволят големи предприятия, които могат да заделят от средствата за консултации и образование, наемане на таланти хора с високо заплащане, по-голям достъп до интелектуална собственост и др., необходими за развитие на иновационната дейност. Може да се направи заключението, че предприятията, реализирали нови продукти и относителният дял на реализирания оборот от такива продукти е незадоволителен. Може да се обобщи, че е налице по-скоро недостатъчно добре развита иновационна среда. Липсват връзки и тесни контакти между бизнеса и университетските структури; трудно се намират инвеститори, които да подпомагат работата на научноизследователските звена; твърде малко все още и недостатъчно добре отговарящи на потребностите са консултантските центрове, въпреки че основите им са поставени. От статистическите данни може да се види, че предприятията, които осъществяват иновационна дейност намаляват до 26,1 % през 2012 – 2014 г. в сравнение с периода 2010 – 2012 г. и 2008 – 2010 г.

Изследването на иновациите на предприятията като цяло и от различни сектори на икономиката изисква използване на единна методика, която да позволява сравнимост на резултатите и открояване на силните и слаби страни в областта на иновациите. Основният икономически показател за измерване и оценка на иновативността на предприятията е относителният дял на оборота от реализиран от нови или усъвършенствани продукти, нови за предприятието или нови за пазара от общия оборот на предприятията.

Основните изводи от резултатите от анализа са, че по-висока иновационна активност имат предприятията от индустрията, с изключение на активността по отношение на реализация на нови за пазара продукти и иновационно сътрудничество. Дялът на оборота от реализирани продукти, нови само за съответното предприятие е по-висок в сравнение с оборота от нови продукти за пазара като се запазва превес на предприятията от Индустрията над тези от Услугите.

С нарастването на размера на предприятието нараства и неговата иновационна активност и големите по размер предприятия са много по-иновативни от малките по размер предприятия.

Дялът на предприятията с иновационно сътрудничество е 20.6 % от предприятията в България са наети над 10 души и са осъществили иновационно сътрудничество за внедряване на технически иновации.

Предприятията от сектора на услугите осъществяват по-често такова сътрудничество във връзка със сектора на индустрията. Най-често иновационното сътрудничество осъществяват големите предприятия с наети 250 и повече души. 18,3 % от всички предприятия в Индустрията са осъществили иновационно сътрудничество.

По същество разликата не е много голяма, около 7,4 % като се има предвид, че пазарния дял на предприятията в България не е много голям. Може би, по-съществена разлика и по-добър анализ би се доловил, ако в изследването се осъществи с участието на международни фирми, извършващи дейност на територията на страната.

1/5 от предприятията в България са осъществили технологични иновации в рамките на съвместни проекти. Това означава, че 80 % от тези, които осъществяват технологични иновации работят самостоятелно. От това следва, че тези иновации не са с най-високо равнище на новост. От гледна точка между съотношението Индустрия и Услуги се забелязва, че технологичните иновации в услугите са по-често срещани в сравнение със сектора на Индустрията.

Изводите, които могат да се направят от направения по-горе анализ е, че 1/4 от предприятията осъществили технологични иновации са реализирани чрез сътрудничество в сферата на услугите. Малките предприятия по-рядко осъществяват технологични иновации, в сравнение с големите предприятия.

БЛАГОДАРНОСТИ

Материалът е резултат от включване на студенти в изследователска работа в процеса на тяхното обучение. Разработен е в рамките на Споразумението за сътрудничество между Института за икономически изследвания при БАН и Висшето училище по телекомуникации и пощи, проект „Дигитализация на българската икономика“, както и на съвместния научен проект между ИИИ при БАН и Македонската академия на науките и изкуствата на тема: „Българо-македонското икономическо и иновационно сътрудничество: влияние на ИКТ за европейските перспективи“. Специални благодарности на студент Десислава Янгънова от Висше училище по телекомуникации и пощи, която асистирала работата по материала.

ЛИТЕРАТУРА

[1] Национален статистически институт, www.nsi.bg

[2] Чобанова Р., 2012, Иновативност на националната икономика, С.:Изд-во М.Дринов

БЕЛЕЖКИ:

- **СЕКТОР В** – Добивна промишленост
- **СЕКТОР С** - Преработваща промишленост
- **СЕКТОР D** – Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива
- **СЕКТОР E** – Доставка на води; Канализационни услуги, Управление на отпадъци и възстановяване
- **СЕКТОР H** - Транспорт, складиране и пощи
- **СЕКТОР J** - Създаване и разпространяване на информация и творчески продукти; Далекосъобщения
- **СЕКТОР K** – Финансови и застрахователни дейности

Код	Наименование
46	Търговия на едро, без търговията с автомобили и мотоциклети
71	Архитектурни и инженерни дейности; технически изпитвания и анализи
72	Научноизследователска и развойна дейност
73	Рекламна дейност и проучване на пазари

INNOVATIONS AS NEW COMBINATIONS IN TOURISM

Deyan Andreyevic

EPS – Serbia, dejan.andrejevic@hotmail.com

Daryan Boykov

International Business School Botevgrad, dboykov@ibsedu.bg

Snežana Mitić

Entrepreneur - Nis, Republic of Serbia, dida2003@live.com

Abstract: In modern conditions of globalization and tough competition in national and international markets innovations are key factor in boosting of competitiveness, strongly contributing to adaptation of tourism business sector towards ever-changing conditions of environment and successful sustainability. They are connected mostly due needs of tourism services are more wanted and also services are more active and much clearer defined in needs than passive consumers of tourism products.

Keywords: tourism, innovations, consumers, globalization

ИНОВАЦИИТЕ КАТО НОВИ КОМБИНАЦИИ В ТУРИЗМА

Деян Андрейевич

ЕПС – Ниш, Сърбия, dejan.andrejevic@hotmail.com

Дарян Бойков

Международно висше бизнес училище Ботевград, dboykov@ibsedu.bg

Снежана Митич

Ентреpreneур – Ниш, Сърбия, dida2003@live.com

Резюме: В съвременните условия на глобализация и силна конкуренция на националните и международни пазари иновациите се явяват ключов фактор за повишаване на конкурентоспособността, допринасящ силно за адаптирането на предприятията от сектор “Туризм” към непрекъснато променящите се условия на заобикалящата среда и благоприятстващ постигането на устойчив растеж. Разглеждайки проблемите, свързани с иновационната дейност на туристическите предприятия, е необходимо да се отчетат новостите при развитието на туристически бизнес в съвременните условия. Те са свързани преди всичко с това, че потребителят на туристически услуги в наши дни е много по-активен и с много по-ясно дефинирани очаквания и потребности отколкото пасивният потребител на туристически продукти.

Ключови думи: туризам, иновации, потребители, глобализация.

ВЪВЕДЕНИЕ

Понятието “иновация” е въведено за първи път от американския икономист от австрийски произход Йозеф Шумпетер още в самото начало на XX век във връзка с разглежданото от него “осъществяване на нови комбинации” в икономиката.¹⁴³ Според икономическата теория на Шумпетер, икономическото развитие се дължи именно на иновации. Иновации в една динамична среда, където старите пазари биват унищожени и заместени от нови - така нареченото „creative destruction“.

Според Шумпетер, радикалните, а не инкременталните процеси са причина за разрушителните промени, които всъщност движат икономиките.

Иновацията е винаги цялостен дизайн процес на прилагане на конкретно ново знание в употреба, а в най-добрия случай, употребата ще носи печалба. Т.е., иновацията винаги е икономически феномен.

Шумпетер, както и цяла поредица негови последователи дефинират това понятие в пряка връзка с едно друго понятие – понятието “инвенция”- разбирано като обобщаващо на понятията: “изобретение”, “откритие”, “ново решение”, “нова идея”. Нещо повече, инвенциите са значими, нови научни разработки, които се появяват на бял свят без предварително уточнена употреба от отраслова гледна точка. Иновациите от своя страна са по-нататъшното развитие на инвенциите в тяхната конкретна употреба в даден сектор на икономиката, като включват и институционализация на съответни методи за производство или довеждането

¹⁴³Schumpeter, I., 1934: 137.

до пазара на дадени нови продукти. По този начин, адаптацията на пазарните и производствените системи е съществен и ключов елемент, който разграничава концепциите за “инвенциите” и “иновациите”. Критерият за успех е технически за инвенцията, но търговски за иновацията. Връзката между двете концепции представлява предприемаческата способност или капацитет на даден индивид и/или организация.

ИНОВАЦИИТЕ В ТУРИСТИЧЕСКИЯ СЕКТОР

Съвременната туристическа индустрия е подложена на непрестанен натиск едновременно на няколко фронта. От една страна туристическите пазари се променят по отношение на съставлящите ги потребители и на географските им аспекти - нови потребности, нови навици, нови генериращи туристически потоци региони, нови дестинации, а от друга страна по отношение на все по-голямата загриженост за ефекта върху и последиците от измененията в околната среда. Своето въздействие тук оказва и процесът на глобализация във всичките си измерения (позитивни и негативни) като например - достъп до капитали, знания и човешки ресурси, безопасност на туристите по време на престоя им в дадената дестинация и т.н. Естественият отговор на целия този натиск би бил туристическата индустрия да демонстрира една нова адаптивност, а тя е немислима без наличието на иновационни дейности. Фактът, че туризмът никога не е бил смятан за високотехнологичен отрасъл и че не разполага с изключително богат иновационен опит, не трябва да плаши.

Характерна особеност на иновациите, предлагани от туристическата индустрия, е, че те се възприемат от потребителите преди всичко като краен резултат, като завършен туристически продукт. Същевременно обаче за туристическите предприятия те се явяват процес на продължителни усилия, съпроводен със своите специфични видове риск.

Водещите иновации, променили драматично облика на туризма са външни за отрасъла. Практиката показва, че именно външните иновации променят радикално връзките и зависимостите между отдлените елементи на туристическата система. Научният и технологичният напредък насърчават туристическото развитие, като обикновено е налице известно изоставане от внедряването на постиженията в практиката. Съществена роля има и готовността и абсорбиращия капацитет на самата организация. Иновациите в туризма са от физическо и социално естество, свързани преди всичко с ограничаване на рисковете за туристите, повишената мобилност и достъпност. Те стоят в основата на създаването на изцяло нови преживявания на туриста, респективно опит и удовлетвореност. За дестинацията и туристическите предприятия – иновациите са в основата на усилията за повишаване на конкурентоспособността и удовлетвореността на туристите. Именно поради това не са малко иновациите насочени към повишаване на производителността и ефективността.

Темата за влиянието на иновациите и трансформациите в туризма е изключително комплексна и всеобхватна¹⁴⁴. Огромен масив от публикации са посветени на иновациите, вследствие на новите ИКТ, но иновациите не се изчерпват само с това, а са в основата на цялостното развитие и конкурентоспособността на туристическата индустрия. В повечето случаи иновациите в туризма са умерени, имитиращи и трансферирани (адаптирани) от други сфери¹⁴⁵. Иновациите преминават през различни етапи:¹⁴⁶ от по-ранните етапи насочени към „физически” близки пазари по отношение на култура, език и бизнес модели до по-късни етапи когато инвестициите се насочват към по-отдалечени пазари, благодарение на опита и натрупаните познания. Въпреки, че туристическия пазар по дефиниция е „мобилен”, моделът е полезен: предприятията предоставящи услуги в институционално различна среда, трябва да развиват нови канали за доставки, което изисква иновативност по отношение на създаването на нови организационни форми и партньорства на всеки отделен етап на интернационализацията. Важен аспект от управлението на иновациите е оптималната интеграция на външното знание, тъй като все повече иновации се раждат в мрежа от взаимодействащи си компании. Т.нар. „родени глобални“ туристически предприятия са потвърждение за това като специфичното познание и осъзнаване значимостта на интернационализацията за успеха и бъдещото развитие на предприятието са в основата на иновативността. Придобиването на познание - външно и вътрешно за самото предприятие зависи от способността, достъпността, прозрачността и ефективната комуникация в придобиването на знания. В туризма това се отнася за притежанието на езикови познания, познания за спецификата и особеностите на свободното време, потребителско поведение е налице в зависимост от мрежите и сътрудничеството по веригата за доставки. Иновациите изискват не просто трансфер на знания, но също така и ефективен поеман или още абсорбиращ капацитет – организационен, ресурсен и културен. В сферата на туризма предизвикателствата са свързани преди всичко с

¹⁴⁴Hjalager, Anne-Mette. 2015: 3-21.

¹⁴⁵Weidenfeld A., Willimas A., Butler R. . 2010:604-626.

¹⁴⁶Johanson J. Vahlne J.E. 1977: 23-32

междукултурните особености в т.ч. толерантност, различия, откритост и други, които успешно да могат да бъдат превърнати в иновации.¹⁴⁷ В основата на иновациите стоят конкуренцията, стремежът за по-високо качество при по-ниска цена.¹⁴⁸

Туризмът е сектор на услугите, за които новите технологии и намаляването на бариерите създадоха принципно нови форми за предоставяне на услугите. По веригата за доставки участват много и различни стопански субекти което означава изключителна координация и сътрудничество за гарантиране качеството на туристическото преживяване. Оттук, значителна част от конкурентните предимства зависят от възможностите и капацитета на отделните организации да си партнират с останалите субекти по веригата на доставките. Водеща роля по веригата на доставките обикновено имат лидерите на пазара, често пъти дори с политическо и обществено влияние (например за подобряване на инфраструктурата, финансирането на общински и местни събития и мероприятия и други).

Традиционно се счита, че в основата на иновациите стоят научната и развойна дейност. В последните години, иновациите се разглеждат като специфични компетенции, които напускат формалните предели на научно-развойната дейност. Много от иновациите се пренасят в области и сектори, извън тези в които са създадени, като се акцентира на важността на организацията за разпространение, трансфера, дифузия и приложение в практиката, както и практиките за имитация и адаптация. За част от предприятията, ключово е технологичното ниво на доставчиците по веригата за добавена стойност, респективно трансформация и иновация свързани с процеса на самия продукт. За други предприятия, водещи са очакванията, потребностите и изискванията на потребителите, които налагат адекватен отговор от страна на предлагането.¹⁴⁹ В туризма, тези въпроси са слабо проучвани, като редица публикации изтъкват ниското ниво на иновативност на туристическия сектор по ред обективни причини.

Процесът на разработване на която и да е иновация от туристическите предприятия започва с генерирането или придобиването на нова идея или ново познание. Вземането на решение, дали да се продължи по-нататък или не с реализацията на тази идея или познание, зависи от това дали ръководството на туристическата фирма възприема конкретната иновация като съответстваща на иновационната и стратегия. Изключително важно е дали иновацията застрашава или не постигането на останалите стратегически цели на туристическото предприятие, както и дали в определен момент не поставя под въпрос самото му съществуване.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Иновациите представляват нова идея или нов подход запозитгане на даден резултат, който е различен от досегашествуващите подходи. Не съществува единно приета дефиниция за понятието иновация.

Иновациите в хотелиерството, ресторантьорството и транспортната дейност имат характер на подобрения, насочени преди всичко към повишаване на производителността и ефективността. В дейността на посредниците и управлението на туристическите атракции се срещат по-сериозни опити за иновации. Иновациите в туризма са като цяло в следствие от външните въздействия и причинно-следствена връзка от промените във външната среда.

Процесът на разработване на която и да е иновация от туристическите предприятия започва с генерирането или придобиването на нова идея или ново познание. Вземането на решение, дали да се продължи по-нататък или не с реализацията на тази идея или познание, зависи от това дали ръководството на туристическата фирма възприема конкретната иновация като съответстваща на иновационната стратегия. Изключително важно е дали иновацията застрашава или не постигането на останалите стратегически цели на туристическото предприятие, както и дали в определен момент не поставя под въпрос самото му съществуване.

За да се ориентира в предметния свят, иновацията използва рекламата. Но, рекламата е също така коварен филтър, който пропуска до потребителя само зададеното означаемо или външната обвивка, скривайки същината на своята окончателна комерсиална цел. Така рекламата създава самочувствие за благоденствие, за принадлежност към тази част от общността, която може да задоволи определени желания и подтици, породени често от случайно прочетена, видяна или чула реклама.¹⁵⁰

¹⁴⁷Chen, W. 2011: 64-72.

¹⁴⁸Jacob M., Florido C., Aguiló E. 2010:755-764

¹⁴⁹Malerba J. Ed. 2004. Sectoral Systems of Innovation. Cambridge: Cambridge University Press.

¹⁵⁰Бойков, В., 2010, РЕКЛАМАТА и рекламата в сръбските медии, Кота, София, с 123.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Бойков, В.2010., РЕКЛАМАТА и рекламата в сръбските медии, Кота, София, 2010.
- [2] Green L, Howells J, Miles I, 2000. Services and Innovation: Dynamics of ServiceInnovation in the European Union, Final Report December, PREST andCRIC, University of Manchester.
- [3] Jacob M., Florido C., Aguiló E. 2010. "Environmental innovation as a competitiveness factor in the Balearic Islands." Tourism Economics
- [4] Johanson J. Vahlne J.E. 1977. The internationalization process of the firm – a model of knowledge development and increasing foreign market commitment. Journal of International Business Studies
- [5] Hekkert M.P., R.A.A. Suurs, S.O. Negro, S. Kuhlmann, R.E.H.M. Smits, 2017. , Functions of innovation systems: A new approach for analysingtechnological change, Technological Forecasting & Social Change
- [6] Hjalager, Anne-Mette. 2015 . "100 Innovations That Transformed Tourism ." Journal of Travel Research
- [7] Николова, М., 2010, Иновации в публичния сектор, С.
- [8] Chen, W. 2011. "Innovation in hotel services: Culture and personality." International Journal of Hospitality Managment
- [9] Schumpeter, I., 1934, The Theory of Economic Development, Cambridge, Mass., Harvard UniversityPress
- [10] Weidenfeld A., Willimas A., Butler R. . 2010. "Knowledge transfer and innovation among attractions. " Annals of Tourism Research

TOURISM AS A COMPOSITION OF ECONOMIC SCIENCES AND THE ECONOMIC PROCESS

Vladimir KitanovUniversity “Goce Delcev” Stip, Macedonia, vladimir.kitanov@ugd.edu.mk

Abstract: The tourism economy can be defined as part of the economic sciences that describes, analyzes, explains and brings together the phenomena and relations in tourism in terms of their economic performance and result / reflection. Given that it can significantly affect socio-economic relations and given the necessary systemic solutions within the national economies, the relevant economic policies of the country and the international community, tourism has all the properties / features to be subject to macroeconomic analysis. On the other hand, the multitude of economic organisms operating in the tourism industry justify many microeconomic studies. But apart from the interests that tourism thrives in the framework of aggregate economics and economics of enterprises, it justifiably requires specific study as a "boundary area" that is somewhat analogous to the frontier or district economics of some other activities. Moreover, seen as a commercial phenomenon, tourism can and must, above all, be described and analyzed analytically, be explained and understood as such an area of economic sciences, because in such an area, purified terms allow for a clearer understanding of its macroeconomic and microeconomic aspects. However, there is also the biggest problem in determining the place of tourism as the subject of economic sciences.

Keywords: tourism, economics, tourist consumption and economic process

ТУРИЗМОТ КАКО СОСТАВЕН ДЕЛ НА ЕКОНОМСКИТЕ НАУКИ И СТОПАНСКИОТ ПРОЦЕС**Владимир Китанов**Универзитет “Гоце Делчев“, Штип, Република Македонија, vladimir.kitanov@ugd.edu.mk

Апстракт: Економиката на туризмот може да се дефинира како дел од економските науки која ги опишува, анализира, објаснува и ги доведува во заемна врска појавите и односите во туризмот од аспект на нивниот економски учинок и резултат/одраз. Со оглед на тоа што може значително да влијае на општествено-економските односи и со оглед на потребните системски решенија во рамките на националните економии, на соодветните економски политики на земјата и на меѓународната заедница, **туризмот ги има сите својства/особини да биде предмет на макроекономски анализи.** Од друга страна, пак, мноштвото стопански организми кои делуваат во туристичкото стопанство ги оправдуваат многуте микроекономски проучувања. Но, освен интересите што туризмот ги буди во рамките на агрегатната економика и економика на претпријатијата тој оправдано бара и специфично проучување како „врзно подрачје“ кое донекаде е аналогно на гранската или обласна економика на некои други дејности. Уште повеќе, гледан како стопански феномен туризмот може и, пред се, мора да се опише и аналитички да се истражува, да се објаснува и сфати како такво врзно подрачје од економските науки, зашто на такво подрачје пречистените поими овозможуваат појасно да се разберат неговите макроекономски и микроекономски аспекти. Меѓутоа, тука се јавува и најголемиот проблем во врска со одредувањето на местото на туризмот како предмет на економските науки.

Клучни зборови: туризам, економика, туристичка потрошувачка и стопански процес.

Може општо да се каже дека задача на современите економски науки е да ги опишува, анализира, да објаснува и да го доведува во врска односот на битните феномени, пр.: производството, вработеноста, цените и др. кои влијаат на општествено-економскиот развој. Таквата работа треба да биде вклопена во рамките на системот во кој може да се зборува за вистинска анализа:

1. Имајќи го предвид сложениот карактер на спомнативе битни феномени, кои им придаваат белог на агрегат, економските науки кои се занимаваат со нив од аспект на нивното делување во/на стопанството, па и општеството во целина, се вика *макроекономика* или *агрегатна економика*;

2. Агрегатните стопански категории се само компактен израз на севкупното делување на сите оние темелни економски организми кои ја чинат основата на стопанската структура. Сведени и проучувани на ниво на тие одделни /поединечни организми, истите тие категории-производство, вработеност, цени и тн. се предмет на истражување на оној дел од економските науки кои се нарекува *микроекономика* или *економика*

на претпријатијата. Треба да се каже дека и истовидните феномени можат истовремено различно да се однесуваат на макроплан и микроплан. Она што е корисно за одделен стопански организам не мора да биде корисно за општеството, и обратно, од каде што произлегува сериозен проблем за ускладување/прилагодување на тие интереси. За да може полесно да се локализираат разликите и подобро да се согледа можноста за ускладување /прилагодување на различните интереси, погледите на современите економски науки се свртени/насочени кон групациите на истовидните организми, кои чинат еден вид „врзно подрачје“ во истражувањата поради што таквите истражувања обично се сметаат за гранка на економиката или економика на стопанската област. На тоа ниво од економското набљудување и анализа често можат да се утврдат многу значајни стопански законитости и за макроекономски и за микроекономски развој, кои, инаку, не можат да се видат ниту во показателите од агрегатните стопански анализи, ниту на ниво на анализа на претпријатијата/компанијата. Таков грански пристап на истражување на економските појави и односи предмет е на посебните или грански економики, како што се економика на индустријата, на аграрот, на прометот и сл.

Разграничувањата за кои овде се говори имаат само релативно значење и речиси е невозможно да се повлече точна граница помеѓу одделни нивоа на разгледување на феномените кои, во основа, се истоветни. Затоа и разјаснувањето на можните основни пристапи на набљудување и истражување на некои појави, а не формална и насилна поделба на одделни органски целини. Согласно опишаните задачи, содржината и општата поделба на економските науки можно е да се утврди и *местото на економиката на туризмот*.

Имено, туристичкото стопанство не го чини само една хомогена гранка или подрачје, ами тоа е комплексно делување на низа/повеќе разновидни стопански и нестопански дејности кои, гледано поединечно/одделно, по своите технички, технолошки и организациски својства припаѓаат на различни гранки, кои пак, со својата економска физиономија и функција влегуваат во рамките на туристичкото стопанство. Барајќи го местото на економиката на туризмот, најпризнатите современи теоретичари на туризмот поаѓаат од поделбата на науката за туризмот на општа наука за основите на туризмот и на посебни науки, во кои освен историја на туризмот ги вклучуваат и земјопис/географија, психологија, социологија и тн., како и економика на туризмот.

Притоа, економиката на туризмот ја расчленуваат на нејзините макроекономски, грански и микроекономски аспекти, но во фундаменталната литература гранските аспекти како врзно подрачје многу малку се истражува. Претежно истражувањата се насочуваат на најкарактеристичните макроекономски аспекти и на однесувањето на одредени микроекономски единици од одделни гранки, и тоа само оние кои непосредно учествуваат во туризмот. Слично е и во нашата домашна литература. На пример познато е дека наспроти поранешната, современата економска наука се повеќе се занимава со економска анализа на макроекономските и грански подрачја при што не се отстапува од понатамошен развој на микроекономските истражувања. За разлика од општите економски науки, во туристичката литература евидентно недостасуваат системските врзани, грански анализи што е очигледна последица од потешкотијата во дефинирањето на туризмот како гранка или област и поради сложеноста на туризмот како врзно подрачје, односно негово разграничување во доменот на макроекономските и микроекономските истражувања или во доменот на други меѓусекторски истражувања.

Недоволниот грански третман во економиката на туризмот е специфика и за странската и за домашната литература со тоа што кај нас е малубројна и микроекономската обработка. Меѓутоа, иако кај нас најчесто се обработувани макроекономските аспекти на туризмот, постои низа од такви аспекти кои досега се или потполно испуштени или само се наброени со ретка дескрипција или, пак, воопшто не се вклучени во меѓузависниот систем. Причина за тоа не е само нашата бавност во следењето на многу брзиот развој на економските сознанија за туризмот во светот и кај нас, ами многу повеќе методичките и аналитички потешкотии. Тие започнуваат поради ограничен број на проверени информации, податоци кои се во тренд, а потоа следуваат методолошки проблеми и институционални и други лимити/ограничувања. Но, можеби најважна причина за овие недостатоци во макроекономските истражувања е, пред се, недостатокот од грански економски анализи. При тоа, **во туризмот не може да се говори за „гранка“, ами за низа од гранки кои се застапени во туристичкото стопанство.** Меѓутоа, економиката на туризмот не се интересира за сите гранки посебно, ами за оние делови кои го чинат туристичкото стопанство. Имено, тие делови често не се разликуваат ниту технички, ниту технолошки, ниту организациски од базната гранка на која и припаѓаат, но обично многу поинаку се однесуваат економски. Кои делови се тоа и кои гранки се тоа и како се однесуваат економски, тоа во суштина го одредува само еден агенс-туристичкиот потрошувач, со оној дел од својот доход кој го наменил за туристички потреби. Тој дел од доходот кој се јавува како туристичка потрошувачка претставува заеднички именител за најразличните белези на туристичките

организми кои го чинат комплексот од туристичкото стопанство. Тој е резултат/исход и во исто време глобална рамка на сите економски појави, односи, функции и учинок на туризмот. Тој го дефинира/одредува туристичкото стопанство.

Значи, **туристичката потрошувачка** е заеднички именител кој делува како извонредна кохезиска сила која ги пресоздава многуте разновидни делчиња во складен мозаик, од една, и во единствен жив организам, од друга страна. Тој жив организам(туристичката потрошувачка) одредува кој дел од угостителството, прометот, трговијата, обртот и многу други гранки, во кое време и под кои услови престанува економски да функционира како дел од својата техничко-организациска групација и преоѓа во друга функционална и трговска /пазарна групација, во туристичко стопанство. Според тоа, овдека сакаме да истакнеме дека под грански аспект на туризмот се мисли токму на ваква специфично формирана групација, а не на класична гранска поделба.

Историски гледано, во почетокот на човечкото општество сиот стопански процес на стоково производство се состоел од два тесно поврзани момента: а) производство и б)потрошувачка. Таа поврзаност произлегувала од околностите дека тогашното производство било наменето за непосредна потрошувачка. Паралелно со промената во производните односи и во процесот на производството се развивале сложени општествени односи и се подобрувал животниот стандард. Постепено во процесот на производството се појавиле уште два момента, така што целиот циклус на тој стопански процес се засновал на четири функции: производство (во потесна смисла на зборот), распределба, размена и потрошувачка. Овие четири функции често се нарекуваат моменти на производството во поширока смисла на зборот. Современата економска наука се повеќе ги расчленувала/ раздвојувала и анализираше тие четири моменти на производство и доаѓала до сознанија за нивната зависност без која не би можел да се замисли современиот процес на стоковото производство сфатен во поширока смисла. Така, денес е усвоено општото правило дека ниту еден момент, неопходен во современото општество, не би можел да функционира во денешна смисла без да биде поврзан за секој од останатите три моменти.

Некои експерти му даваат приоритет на производството во потесна смисла на зборот ,и сметаат дека оттука потекнуваат и другите функции, зашто без производство, без произведена стока не би можело да има ниту распределба, ниту размена, ниту потрошувачка. Меѓутоа, најновите согледувања, првенствено на таканаречените граѓански теоретичари, поаѓаат од истите елементи на производството, но во современите пазарни односи предлагаат поинаков редослед: они поаѓаат од потребите кои се реализираат со потрошувачката, а тоа е повод и причина за производство, и за распределба и за размена. Ако кон тоа се додаде дека и Маркс има констатирано дека во производството директно е вграден процесот на потрошувачка, со тоа само се нагласува дека приоритетот на некој момент зависи од кој агол го посматраме, а при тоа дека сите моменти се нераскинливо меѓу себе зависни/поврзани. Фактот дека многу признати имиња на економските науки од западниот свет посебно нагласуваат дека истражувањата на потрошувачката произлегува од реалната економска ситуација на тие земји и искуството од големата светска економска криза од 30-те години на минатиот век. Имено, во потрошувачката тие гледаат движечка сила во производството и во другите економски и општествени движења. Но, без оглед на разликите, повеќето современи економисти се сложуваат дека **потрошувачката е важен чинител за економските односи во општеството.**

Се чини дека со општиот стопански раст во повоениот период, во поразвиените земји ,на местото на индустриското и и другото стоково производство, започнало да се поставува прашањето поврзано со потрошувачката на оној дел од вишокот на трудот кој ја чини личната потрошувачка. Очигледно ,потрошувачката доаѓа во преден план и во макроекономските и во микроекономските истражувања, а со тоа паралелно и истражувањата во туризмот. Во тие истражувања туризмот добива се понагласено значење. Потполните сознанија на економското значење на туризмот барале дефинирање на неговото место во современите економски процеси. До такво дефинирање доаѓа дури тогаш кога туризмот се ослободил од поранешните тесни обртни, трговски и други псевдопроизводни/лажни систематизации и кога потполно е вклучен во други координати. Во тие координати туризмот повеќе не се обидува да се провлече на последна врата во сферата на производството, а повеќе не е ни актуелна дискусијата дали туризмот по систематизација на групациите му припаѓа на таканаречениот стоковен промет т.е. промет на стоки. Кога почнала да се спознава правата економска улога на потрошувачката во новите услови на високата стопанска развиеност во се поголемиот дел на светот, и во туризмот почнало да се откриваат многу важни карактеристики.

Затоа, денес истражувањето во економиката на туризмот првенствено е поврзано со истражувањата на теоретските аспекти на целиот комплекс на потрошувачка, а особено нејзините економски карактеристики и

функции. Бидејќи науката за потрошувачката/за трошење е една од најмладите и се уште недоволно истражена гранка на политичката економија, односно економика, економска политика, како и социологијата, психологијата и другите научни дисциплини, така и туризмот како категорија на потрошувачката дури во поново време е предмет на интензивен научен интерес и истражување.

Во туризмот се одразуваат сите елементи на производството. Туризмот содржи некои карактеристики на стоково производство во тесна смисла на зборот ,кое е карактеристично по тоа што во низата од пазарни продукти ги вклучува предметот за работа и средствата за работа. Иако тие продукти најчесто се нарекуваат услуги, на пр, услуги за прехрана, тие го минуваат технолошкиот процес кој ги има сите елементи на производство во потесна смисла на зборот, а понекогаш и на индустриското производство(на пр. големи ресторани за самопослужување и сл.). Туризмот е тесно поврзан со моментите на распределбата и има многу важни консеквенции во процесот на понатамошната распределба на доходот што се манифестира низ соодветните економски функции на туризмот на планот на внатрешната и меѓународна циркулација на доходот. Но туризмот има многу важно место и во размената на внатрешен и на меѓународен план. Имено, туризмот е дејност која ги поврзува туристите-потрошувачите со туристичкото стопанство, а тоа, пак, со нејзината туристичко снабдителна база.

Туризмот нуди можности за интензивна размена. **Сепак, туризмот најтесно е поврзан со потрошувачката.** За тоа говори и фактот дека туризмот не се појавил само заради туристичките потреби, ами и поради можностите за туристичка потрошувачка како посебна квота во категоријата на доходот и во системот на неговата распределба. Туризмот е врзан за еден вид непосредно и своевидно конзумирање(уживање без вистинско трошење) на низа од непотрошени добра кои воопшто не влегуваат директно во процесот на производството и кои без туризмот не се ниту стока, на пр. одредени природни вредности (клима, сонце, плажа, снег) или културни добра (споменици, минато, фолклор и сл.). Понатаму, туристичкото стопанство во макроекономска смисла создава одреден доход преку ангажирање на средствата за производство и труд/работа, но во макроекономската мерка голем дел од тој доход кој произлегува од внатрешните туристички активности не е новосоздадена вредност, ами прелеан претходно создаден доход кој добил обележја на туристичка потрошувачка.

И конечно, по своите својства, функции и судбинска зависност од доходот, не само што е врзан за потрошувачката, ами, од аспект на потрошувачите, туризмот е идеален тип на непродуктивна потрошувачка: во семејниот буџет трошоците за туризам немаат никаква активна ставка.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] **2012.** *Action Plan on Youth Employment* . Skopje : н.а., 2012.
- [2] **Agner, Joakim. 2012.** *Outcome Assessment and Lessons Learnt from Swedish Development Cooperation with Macedonia*. 2012.
- [3] **European Union. 2013.** *Facts and figures on organic agriculture in the European Union*. 2013.
- [4] **CNVP. 2013.** *Piloting on Agro-forestry and renewable energy possibilities -Biomass production*. н.м. : CNVP Macedonia, 2013.
- [5] Cypher MJ and Dietz LJ (2009). *The process of economic development*, Routledge.
- [6] **IME programme, Swisscontact. 2014.** *Green Economy Literature Review*. Skopje : н.а., 2014.
- [7] **2014.** *Sustainable Agriculture Market Sector Report - Organic Agriculture*. Skopje : н.а., 2014
- [8] **LEI. 2013.** *The social dimension of green growth in the Republic of Macedonia*. 2013.
- [9] **MoAFWE. 2010.** *Guide For Foreign Direct Investments In The Macedonian Agro-Food Sector*. Skopje : Government Republic of Macedonia, 2010.
- [10] Tisedel, C.: *the Economics of tourism*, EEP, Cheltenham, 2000.
- [11] *Travel and Tourism Economic Impacts 2015*, WTTC, 2015

TOURISM, AN OPPORTUNITY FOR THE INTEGRATION OF THE CROSS-BORDER REGION “STRUG-GOLLOBORD”

Artan LilaFaculty of Human Sciences Department of History-Geography, University "A. Xhuvani" Elbasan, Albania, tani_lila@yahoo.com

Abstract: Cross-border regions make a real opportunity for the creation of connections and reinforcement of interstate relations. Positive examples of these regions like the one between Germany and Poland and Czech Republic are a testimony of their transformation into connectors for the reinforcement of the relations between the people of these regions. In this way, our analysis aims to show a real opportunity for the development of the cross-borders region above mentioned, focusing mainly towards tourism. On the other hand, this will serve to the approaching and the European integration of the cross-border region Strug-Gollobord , giving new perspectives to it. Even though the population of this region forces many difficulties, there are mutual aims like their integration in the big European family leaving behind old political division. It's geographical position as a connector between the Adriatic Sea and the Balkans, the favorable natural conditions, the great archeological and historical assets make a real opportunity to give it the focus of the touristic region. All these resources of the natural, cultural or spiritual kind, connected to the cohabitation of some ethnics within it, offer a great interest in the human studies field. The orientation towards tourism would urge the stable development and would also greatly satisfy the touristic chain Prespa-Galicicë-Jabllanicë. This new economical orientation, offers new opportunities to the development of these region and even further. It will urge the governments of both countries into the composition of regional strategies for the interstate cooperation and European integration. The infrastructure investments, especially on the west side of it, the reopening of the Stebleva border crossing point would serve this aim perfectly.

Keywords: cross-border, region, tourism, integration, stable development, cooperative.

1. GEOGRAPHIC AND NATURAL POSITION AND IMPACT ON THE ECONOMY OF THE REGION

The cross-border region of Gollobord-Struga lies in the eastern part of Albania, including the highland with the same name, and continues in the Republic of Macedonia, which includes the territory extending from the village of Vellesht (Struga municipality) to the south and continues northward with the territory of the municipality called Vefcani, Struga , to Konjara village, near Dibër e Madhe. The region in question is distinguished for many common or nearly identical geographic features, especially natural, cultural and spiritual conditions. But nearly one-year life divided into two countries with uneven developmental paths has also determined changes in social and economic features, which, however, do not violate the whole of this ethno-geographic regional unity. From the point of view of the administrative organization, the region has its own distinctive features, because Albania and Macedonia have uneven territorial administrative organization systems. The role of the many features of this geographic position is not fixed and of the same value for all times. It is also linked to many other factors, among which special values are: internal-political changes, but also regional and socio-political developments and beyond. To underline is the fact that, despite their historical periods and their characteristics, the region has played the role of a link between the territory of Albania and other Balkan and wider areas. The region, on both sides of the state border, has played the role of a connecting bridge between the internal territories of the Albanian territory and, especially, the Adriatic coast with other Albanian territories, which are today in the Republic of Macedonia or other Balkan countries, proceeding further, toward the east.

1.1 Why is Gollobord-Struga cross-border region?

First, the cross-border region of Gollobord-Struga lies on both sides of the Albanian and Macedonian state borders, and over the long periods of time until 1949 it has functioned as a single one resuming its function after the year 1990. **Secondly**, she is located between the three early economic and social centers, such as Dibra e Madhe, Elbasan, and Ohrid and all her activity gravitates around them. **Thirdly** : The region has had the the same continuity of the economic development, where agricultural activity and construction dominated in both parts, which continue to be preserved today despite the changes that occurred with the closure of the state border in 1949. Fourth: traditions, customs, common ethnography elements and the preservation of the tradition in the marriage ties within it, strengthen the view of its functioning as a whole. The existence of the Slavic population on both sides of the region did not constitute an obstacle to increasing co-operation between the two peoples. On the contrary, it has known to place it as a bridge of rapprochement and cooperation not only for Golloborda and Struga but also beyond.

Since ancient times the Durrës-Fusha of Tirana-Dibër, which connected the coast with the interior of the Illyrian territories, with the eastern part of the Roman Empire, passing through the region concerned. In the early and middle ages (VII to XV), the ancient antiquity road, mentioned above, continued to function with greater intensity. The cross-border region functioned as a whole with many common sides, both physically, socially and economically, and its role as connecting knot and transit was very sensitive. This is evidenced by the fact that such villages, such as Stebleva and Llabunishta, were the first places to host commercial caravans started from Greater Debar or Struga and Ohrid with the direction of Elbasan and Durrës. In the period 1913-1938, the Golloborda cross-border region played its role as a tie, but now with a smaller intensity and importance. This is related to the establishment of borders which, however, hampered the loose movement of goods and people on both sides. The period between 1949-1990 is characterized by a complete depletion of this role played by the region, as well as its complete isolation due to the self-assertive politics that the Albanian state pursued of this era. We think that **three are the main factors** that affect today's slow process of development and regaining the role of the geographical position of the Gollobord cross-border region as a link. Firstly, natural difficulties associated with the region's isolated character in relation to the other developed countries in Albania and Macedonia and with a very rugged and quite high relief. Secondly, its dysfunction more and more as a single region. This is, of course, coming to be reduced. But, again, there are difficulties of a political-administrative character with bureaucratic features in the two states where it extends. Third: lack of infrastructure at the levels required by today's economic and social development emphasizing this in particular in the Albanian part. The political factor is undoubtedly the most important aspect affecting the cross-border region. As it is well known, in recent years, the political relations between the Albanian and Macedonian states have seen positive developments, but more mutual cooperation is required. The region concerned is a natural spatial unity, with almost common geological, morphological, climatic, plant and animal features. This best meets its naturalness as a cross-border region as a whole, because of the geographic position. From the natural point of view: the high morphometric values of the relief and the dominant mountain character make the nature of the area more varied, which undoubtedly constitutes one not a small value of its offer in terms of mountain tourism and ecotourism.

1.2 Climate resources and their impact on human activity

- The cross-border region is distinguished by large climatic changes, which are reflected in the great diversity of cultivated and natural vegetation, a major economic opportunity.
- Considerable amount and types of rainfall: rain and snow create opportunities for water resources used during the dry season of the year and for water supply of artificial reservoirs built in the region.
- Numerous snow precipitation and the enormous stretch of the stratum offer great potential for the development of white tourism. Big rain precipitation, favored by natural slopes for ski sports such as Dragan or Llabunishtë, are the best offer for the offer natural for the development of winter sports. Also, this large amount of snow and rain streams is a potential and not a small opportunity for electricity generation through hydropower plants, but also in the fishing economy.

2. HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE OF GREAT POTENTIAL FOR TOURISM, AND SCIENTIFIC RESEARCH

Fig 1 Map of the geographical position of the cross-border region Gollobord-Strug



The cross-border region represents an area with an early residence. The highly concise historical developments and events in and around it have been accompanied by many changes, especially in the number, structure and characteristics of the population of this area. This area has a rich cultural and historical heritage, beginning in the earliest periods, exactly in those of its Illyrian civilization. Settlements and fortifications, which are distinguished for a particular architecture, have been built in the most strategic sectors of the area, mainly in its most dominant points and protected by foreign invaders. Among them special interest are the towns of Borovo, Gradishte of Trebisht and Kojavec. These traces of early civilization make up a destination of great interest for both historical and cultural tourism. Among the most prominent fortifications we can mention the castle of Ladomirica, the archaeological town of Borova, the fortified town of Labinenisht, which belongs to the Middle Ages, about 3 km north of the village along the Struga-Dibër e Madhe road. In many villages of this region, on both sides of the border, such as Stebleva, Ostren or Llabunishtë, Veleshtë and Podgorc, we have to do with an early tradition of stone work, which is almost unlike the other surrounding areas. Most of the time, these stonework associated with wood, engrave with many ornamental elements of copper or silver.

2.1 Human Resources are a good opportunity for development.

The cross-border region of Gollobord-Struga is generally characterized by positive trade patterns in the demographic perspective. This taking into account the general tendency of the population across the Balkan Peninsula to move towards Western European countries. Also for the fertility indicator or the weight of the age group which are considered as important indicators for the supply of active forces for the future, again compared to the other areas we are dealing with positive indicators. The natural reach until 2015 for the whole region amounts to 3.8 ‰, in the days of today reaches 3.5 ‰, the working age population across the region in 2001-2002 was 36%. In 2015 we have official data only for the Albanian part, where according to the latest population census, this age reaches 27%. The working age group, from 6.3% in the year 01, has increased by 9% in 2015 but this does not diminish the fact that the region is characterized by a positive percentage of the active age group and especially those up to 18 years of age.

Tab 1. Natural increase of population, in total region in ‰, year 2015.

Region	Births ‰	Mortality ‰	Natural growth ‰
AL Side	9.3	4.7	4.6
MK Side	11	8	3
Mid region	10	6.3	3.8

Source: Ministry of Health of Albania, January 2011, Municipality of Struga, Vefcani, January 2011, Macedonia.

3. THE LEVEL OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE REGION TODAY

The ever-growing demand of the population for a better life and recreation has made tourism nowadays one of the most lucrative sectors in a country's economy. The cross-border region of Gollobord = Struga offers great opportunities, especially in terms of mountain-winter tourism, but also in cultural and historic tourism. Today there are great differences between the two parts of the region in the field of tourism. Thus, in the western part of the region, with all the great opportunities it offers, this sector is at its beginnings. In 2012, only one hotel is located in the area, which is set up in the center of the Fushë-Studena village, with a capacity of seven rooms and beds of 24. The first steps towards sustainable investments in this area have been thrown into Stäbleva village. It is about to finish a winter camping of six "alpine" homes, with funding from residents of this village. Today, tourism in this part of the region is more concentrated in the Stäbleva commune due to climate, large forest areas and archeological objects located in the village of Borovo. However, more is the day-to-day tourism, and less of tourism with longer stay days. According to data from this municipality, the largest flows are in the summer and autumn seasons. According to data from this municipality, the number of tourists in 2013 reached over 7,500, out of which about 70% were daily. In 2016 we have a 50% increase compared to 2013. The eastern part of the region stands out for its sustainability and development. Two are its main directions: first, in the establishment of hotels with a welcoming comfort, according to today's demands, and secondly, in the construction of summer houses on the plateaus of the Jabllanicë and Visharica Mountains. In addition to their own use, in recent years they are also used by tourists coming from Macedonia, or from the surrounding border areas like Librazhd and Pogradec. In this part of the region, the hotel "Diplomat", which is located along the Struga-Dibër e Madhe road in the area called "Veleshta e Re", is worthily competing. This hotel is category B, has 30 rooms and 13

apartments, with a total capacity of 90 seats, and two halls with a total capacity of 900 persons. The distinctive feature lies in the fact that this hotel runs its activity throughout the year, especially during the summer season, due to its proximity to the city of Struga and Lake Ohrid. Likewise, in this village develop their activity two other hotels: "Joni" and "Arberia". Other factors contributing to the development of tourism in the region include: The appropriate geotouristic position, along the road to the oldest links connecting the Balkans to the Adriatic, offers great chances for increasing tourist flows. The existence of the road connecting Dibër e Madhe with the interior of the country has made this area gravitate to the old culture and history. Passing through it, the road linking Librazhd to Peshkopi, constitutes an important communication artery between the areas of central Albania and its northeastern and northern areas.

- ⑩ The new and emancipated population poses another chance with special values for the development of tourism, when it is known that this area requires younger ages to serve and satisfy tourists, requires people with education and culture who know languages foreign. This area offers such chances.
- ⑩ Quality and biological products are a very tempting offer for all tourists or casual passers. Adding here the extraordinary and traditional menu of the area, the guests would be very happy and willing to return.
- ⑩ The forests of the region with over 17,000 ha, and their inclusion within the National Park of Shebenik-Jabllanicë, open up great opportunities for this area.
- ⑩ The location of the region between such economic and urban centers, such as Elbasan, Struga, Ohrid or Librazhd, and the proximity to them, guarantee a continuous tourist attendance.

Its proximity to the Struga airport and the seaside tourist centers, such as Struga and Ohrid, offers tourists the opportunity to use mountain tourism in a very close geographic area, in addition to lake and historical tourism. The reopening of the point the Stebleva border crossing, in addition to Vernice, would facilitate their circulation and would best complement the continuity of the Prespa-Pelister-Ohrid-Struga-Jabllanicë-Stëbleva tourist sites, ending at the Mavrovo tourist spot. This would create a "tourism chain" around the Albania-Macedonia border area. Undoubtedly, this will increase as economic development, as well as closer integration of the population on both sides of the border.

BIBLIOGRAPHY

- [1] Academy of Sciences. Institute of History, History of the Albanian People, Vol. 2002.
- [2] Archives of the Ohrid City, the Fund of the Middle Ages. Ohrid Macedonia
- [3] Daskalovski V, Gradovi kao imigracijska centara u RS Makedonija. Geographical tour, kniga 18-19, Skopje 1981
- [4] CBS, List of 2002: Total Population and Housing, Kniga 1, Skopje 2004
- [5] CBS, List 2002: Total Population. domaćinstvai stanovi, kniga 2, Skopje 2004
- [6] CBS, List 2002: Total Population. domaćinstvai stanovi, kniga 3, Skopje 2004
- [7] CBS, List 2002: Total Population. Naked landlords abroad, foreigners in the Republic of Macedonia, Kniga 5, Skopje 2004
- [8] CBS, List 2002: Total Population and Educational Characteristics, Kniga 5 Skopje 2004
- [9] CBS, List of 2002, Total Population, Opposing Persons of Interest, Job Opportunity, Duties, Economic Status, Schoolgirl Podgotovska, Book 7 Skopje 2004
- [10] CBS, List of 2002: "The Total Population, According to the Pleasure of National Citizenship", Book 10, Skopje 2004
- [11] Lila A, "Golloborda geographic study", Tirana 2008
- [12] Kica H, "Struga and Ohrid Region, Geographical Characteristics", Struga 2003

**MOUNTAIN TOURISM AS A OPPORTUNITY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT
OF TETOVA MUNICIPALITY**

Hisen Xhemali

University of Tetovo, Department of Geography, Tetovo, Macedonia hisen.xhemali@unite.edu.mk,

Agron Nuhiu

University of Tetovo, Department of Economy, Tetovo, Macedonia, agron.nuhiu@yahoo.com

Abstract: In this article we treat development of mountain tourism as a development opportunity for the sustainable socio-economic area. At the same time emphasize character advantageous and disadvantageous geographical position and natural offer, briefly know each with history of socio-economic development of the municipality of Tetovo, the causes and factors of social and economic problems, development of Mountain Tourism treat me as a key instrument for socio-economic development of the municipality based on the principles of sustainable development. The natural and human resources represents the main vital source for a country, as the basic for a multidimensional and ongoing development for its community. Many forms of tourism activities are opportunities for business development and are closely related to rural landscape, environment and winter tourism. Nature-based tourism takes into account the enjoyment of landscapes and environmental advantages. This study focuses on the strategies to be followed for in the mountain of Sharr. The efficient management of these natural and human resources in the function of tourism would make the development of this section possible, new jobs and the increase of the earnings for the community. The mountain tourism along with that agricultural and hand-made working, are the real possibilities for the increase of the earnings to overcome the crises and for the economical and social development of the Municipality. Opportunities for intervention and integration between the resources that the mountainous area offers are numerous and vary from territory to territory. The objective need for this is to create a unique tourist image that will lead to the utilization of all possible potentials for a rapid, efficient development with fewer problems.

Keywords: tourism, sustainable development, alpinism, Mountain of Sharr, rural development.

**TURIZMI MALOR SI MUNDËSI PËR ZHVILLIMIN E QËNDRUESHËM NË
KOMUNËN E TETOVËS**

Hisen Xhemali

University of Tetovo, Department of Geograph, Macedonia, hisen.xhemali@unite.edu.mk,

Agron Nuhiu

University of Tetovo, Department of Economy, Macedonia, agron.nuhiu@yahoo.com

Abstrakt: Në këtë punim trajtojmë zhvillimin e Turizmit Malor si një mundësi për zhvillimin e qëndrueshëm social-ekonomik të zonës. Njëherazi analizohen aspektet favorizuese dhe të disfavourëshme të pozitës gjeografike dhe ofertës natyrore, njihemi shkurtimisht me historinë e zhvillimit socio-ekonomik të komunës Tetovë, shkakët dhe faktorët e problematikës sociale, ekonomike, zhvillimi i Turizmit Malor si një instrument kyç për zhvillimin e Komunës duke u mbështetur në zhvillimin e qëndrueshëm. Pasurit natyrore dhe humane kuptohet që janë burimi kryesor jetik i një vendi, të cilat sigurojnë një zhvillim të gjithanshëm në vazhdimësi për komunitetin e atij vendi. Mjaft forma të aktiviteteve të turizmit përbëjnë mundësi për zhvillimin e bizneseve dhe janë të lidhura ngushtë me peisazhin rural, ambientin dhe turizmin dimërorë. Turizmi me bazë natyrën merr parasysh shijimin e peisazheve dhe avantazhet ambientale. Menaxhimi efikas i pasurive natyrore dhe humane në funksion të turizmit do të mundësonte zhvillimin e këtij sektori, hapjen e vendeve të punës dhe shtimin e të ardhurave për komunitetin. Turizmi malor krahas ekonomisë bujqësore dhe artizanatit, përbën një mundësi reale për diversifikimin e burimeve të të ardhurave, kapërcimin e krizës dhe zhvillimin ekonomik e social të komunës. Mundësitë e ndërhyrjes dhe integritit mes resurseve që zona malore afron janë të shumta dhe variojnë nga territori në territor. Nevoja objektive për këtë është krijimi i një imazhi unik turistik që do të çojë në një shfrytëzim të të gjitha potencialeve të mundshme, për një zhvillim të shpejtë, të efektshëm e me më pak problem.

Fjalë kyçe: turizëm, zhvillimi qëndrueshëm, alpinizëm, Mali Sharr, zhvillim rural

HYRJE

Zhvillimi i Turizmit dhe arritja e zhvillimit të qëndrueshëm tashmë është një trend global, ku secili shtet po bën përpjekje me politika përkatëse që ta realizoj këtë objektivi. Zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm takohet më shpeshë te mikëpritësit, turistët dhe zonat turistike, të cilat bëjnë përpjekje për ti mbrojtur dhe rritur mundësit turistike në të ardhmen. Praktikën dhe udhëzimet për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm dhe menaxhimin e tij janë të aplikueshme në të gjitha format e turizmit dhe në të gjitha llojet e destinacioneve. Sipas Organizatës Botërore të Turizmit, parimi i qëndrueshmërisë në zhvillimin e turizmit i referohet aspekteve mjedisore, ekonomike dhe social-kulturore, si dhe krijimit të një raporti të qëndrueshëm midis këtyre dimensioneve. Studimet tregojnë që vecanërisht kur bëhet fjalë për vende në tranzicion nuk ka rregulla strikte për zhvillimin të qëndrueshëm të turizmit. Në raste si shqipëria, qëndrueshmëria duhet të shikohet si një seri e ndryshimeve të mëdha që sjellin konkurrencën ekonomike, përfshirjen sociale dhe qëndrueshmërinë ekologjike.

Tetova njihet tashmë si një nga rajonet më të mëdha të Maqedonisë dhe si qendra më e rëndësishme ekonomike e kulturore e Maqedonisë Perendimore. Pozicioni i saj gjeografik dhe jeta e lashtë qytetare Tetovës ka imponuar një ndërthurje të elementeve natyrorë me ato antropogjen, duke krijuar një sistem unik, premtues për zhvillimin e një turizmi të qëndrueshëm. Mjaft studime shkencore po nxjerrin në pah vlerat dhe rrugët me efikasitet në zhvillimin e turizmit, po përcaktojnë aftësit dhe kapacitetet turistike zonave apo vendeve të caktuara turistike. Në këtë kontekst, ki studim bazuar mbi parimet e zhvillimit të qëndrueshëm, synon të tërheqë vëmendjen për një sërë çështjesh shumë të rëndësishme në lidhje me zhvillimin e turizmi në Tetovë.

VLERËSIMI GJEOGRAFIKO-HISTORIK I EKOSISTEMIT TË TETOVËS DHE MARRËDHËNIA ME TURIZMIN

Komuna e Tetovës gjendet në veriperëndim të Maqedonisë, në luginën e ulët të Pollogut, ndërsa një pjesë e vendbanimeve janë të vendosura në shpatet e Sharrit në kufi me Kosovën. Komuna shtrihet në një drejtim nga veriperëndimi në jug-lindje. Në veri, veri-perëndim dhe perëndim komuna është e rrethuar nga komunat e Dragashit dhe Prizrenit në Kosovë; ndërsa në lindje dhe jug-lindje me komunën e Tearcës, Jegunovcës dhe Zhelinës, dhe në jug me komunën e Bogovinës dhe Bërvenicës (shih figurën 2). Komuna e Tetovës është e vendosur në mes të fushave të Pollogut në Malet e Sharrit, në brigjet e lumit Shkumbin. Ajo është pjesë e rajonit të Pollogut dhe mbulon një sipërfaqe prej 87 km². Komuna përbëhet nga 20 vendbanime: 10 fushore, 6 kodrinore dhe 4 malore (Recica e Madhe, Recica e Vogël, Xhepcishti, Poroji, Saraqina, Falishi, Bozofca, Veshalla, Brodeci, Shipkovicja, Gajre, Rsadishta, Liseci, Selca, Llaca, Xherma, Jedoarca, Setole dhe Otunja).



Qyteti i Tetovës është i vendosur në kryqëzimin e korridoreve ndërkombëtare: Korridori VIII kalon nëpër qytetin e Tetovës dhe Korridori X është 40 kilometra larg nga komuna. Tetova është ndër qytetet më të vjetra në Republikën e Maqedonisë, ku gjatë gjithë historisë janë kryqëzuar shumë kultura të bazuara në traditën e civilizimeve që jetojnë në këto hapësira. Komuna e Tetovës ka klimë të moderuar kontinentale luginore, me një temperaturë mesatare vjetore prej 11.6 °C. Verat janë të nxehta dhe relativisht të lagështa, me dimra të ftohtë dhe me dëborë, si dhe pranvera dhe vjeshta të karakterizuara nga reshjet e shpeshta. Klima tokësore, hidrografike dhe vendore në Tetovë mundëson zhvillimin e bujqësisë dhe blegtorisë.

Kushtet natyrore dhe trashëgimia e pasur kulturore janë një bazë e shkëlqyer për zhvillimin e zonave rurale në komunë.

FAKTORËT POLITIK ME RËNDËSI PËR ZHVILLIMIN E QËNDRUESHËM NË KOMUNËN E TETOVËS

Gjatë periudhës 2000-2012, mesatarisht 21% e popullsisë aktive të punësuar në Maqedoni, duke përfshirë edhe popullsinë e zonave rurale të komunës së Tetovës, ka qenë e punësuar në sektorin bujqësor. Sipas të dhënave zyrtare të Entit Shtetëror të Maqedonisë për statistika, 100.000 persona janë të punësuar në sektorin e bujqësisë (përfshirë punonjësit e ndërmarrjeve dhe fermerët për të cilët bujqësia është aktiviteti i vetëm) dhe 20.000 fermerë të tjerë për të cilët bujqësia nuk është veprimtaria e tyre e vetme. Përveç të punësuarve të rregullt është shënuar një numër i madh i të punësuarve sezonal (sidomos në sektorin e pemëve dhe perimeve), për të cilët nuk ka të dhëna të sakta. Duke marrë parasysh këtë fakt, zhvillimi bujqësor dhe rural kombëtar është mjaft i rëndësishëm për cilësinë e jetës së popullatës rurale dhe zhvillimin e ekonomisë së shtetit në përgjithësi.

FAKTORËT EKONOMIKË ME RËNDËSI PËR ZHVILLIMIN E QËNDRUESHËM NË KOMUNËN E TETOVËS

Ekonomia e komunës së Tetovës ka një vend të rëndësishëm në ekonominë e Republikës së Maqedonisë. Rajoni malor i Pollogut të cilit i përket komuna e Tetovës ka marrë pjesë në produktin e brendshëm bruto të Republikës së Maqedonisë me 7.3% në vitin 2012. Rajoni karakterizohet me GDP të ulët për kokë banori, që në vitin 2012 ka qenë 107 394 denarë. Shtytës të zhvillimit ekonomik të Komunës së Tetovës janë industria ushqimore, industria e drurit, ndërtimit dhe prodhimit të materialeve të ndërtimit, dhe industria e tekstit. Përveç këtyre industrive, zhvillimin e komunës së Tetovës e mundësojnë edhe tregtia, shërbimet hoteliere dhe shërbimet artizanale. Në Tetovë ka mundësi të favorshme për zhvillimin e rritjen e turizmit, sidomos malor, rural dhe eko-turizmit.

TURIZMI RURAL NË KOMUNËN E TETOVËS

Potencialet e rajonit të Tetovës për zhvillimin e turizmit në zonat rurale është një mundësi e madhe për të arritur përfitime financiare dhe një standard të mirë të popullatës lokale në zonat rurale. Atraksionet turistike të karakterizuara nga pasuritë natyrore dhe të rralla, dhe trashëgimia e pasur kulturore janë shumë të rëndësishme për zhvillimin e turizmit rural në komunën e Tetovës. Hoteleria dhe akomodimi mund të kontribuojnë për të rritur vizitën e turistëve vendas dhe atyre të huaj. Numri i përgjithshëm i turistëve që vizituan Tetovën në vitin 2014 arriti në 6.604, nga të cilët 3,306 ishin vendas dhe 3,298 turistë të huaj, duke arritur kështu një total prej 7.974 fjetjeve. Krahasuar me 2011, kur komunën e Tetovës e kishin vizituar 5.501 turistë (2.882 turistë vendas dhe 2,619 të huaj) duke fjetur 6.109 netë, shihet se vizitat janë rritur për 20%, ose rritje prej 30.5% të fjetjeve.

Numëri më i madh i turistëve të huaj në Tetovë vijnë nga Kosova (rreth 26.7%) dhe Shqipëria (rreth 15.5%), e ndjekur nga Serbia, Turqia Gjermania, Sllovenia, Italia, Bullgaria dhe Zvicra. Komuna e Tetovës është e pasur me objekte të hotelierisë, bare dhe kafene, bar-kafe, klube nate, restorante, qebaptore, ëmbëltore, byrektore, etj. Sipas Entit Shtetëror të statistikës, numri i përgjithshëm i restoranteve në vitin 2013 është 412, duke përfshirë restorantet dhe objektet hotelierike, që ofrojnë kafe dhe pije, përderisa numri total i objekteve hoteliere në Tetovë është 19. Regjimi i punës së tyre, si dhe standardet e higjienës dhe koha e punës, janë nën kontrollin e autoriteteve lokale dhe qendrore përgjegjëse për zbatimin e rregulloreve në këtë fushë. Sipas të dhënave të fundit nga Enti Shtetëror i statistikave, në vitin 2013 numëri i përgjithshëm i objekteve hotelierike në Tetovë ishte 412, me një numër total të 12.379 vendeve. Sipërfaqja e përgjithshme e objekteve hotelierike ishte 25.123 m², dhe ata punësojnë 1.109 punonjës. Komuna e Tetovës, si një nga destinacionet turistike atraktive në Republikën e Maqedonisë, është paraqitur si një destinacion turistik i propozuar në strategjinë kombëtare të turizmit. Sipas kësaj strategjie, në destinacionin turistik të Pollogut përfshihen Tetova, Kodra e Diellit, fshati Leshkë.

Bartësit kryesorë të ofertës turistike përfshijnë organizatat dhe agjencitë e turizmit. Në Tetovë është regjistruar veprimtaria e 32 agjencive të turizmit. Shumica e shërbimeve të ofruara nga këto agjenci janë të orientuara përmbri turizmit në vende të jashtme për nevoja të klientëve vendas. Në periudhën e ardhshme, në përputhje me veprimet në këtë strategji, do të zhvillohen paketa të veçanta të shërbimeve të përshtatura për nevojat e grupeve të ndryshme të synuara. Paketat e shërbimeve që do të ofrohen për turistët do të sigurojnë turne në shpatet pitoreske të Sharrit, turizmit aventurë dhe mundësinë e akomodimit dhe kuzhinës së e shijshme tradicionale lokale në rajonin e Tetovës.

ATRAKSIONET TURISTIKE

Sipas Studimit për zhvillimin e rajonit të Sharrit¹⁵¹ si një nga komunat që i përkasin këtij rajoni, komuna e Tetovës ka potencial të madh për zhvillimin e turizmit. Të gjitha bukuritë natyrore të rralla të maleve të Sharrit i bëjnë këto male qendrën më të rëndësishme turistike në komunën e Tetovës. Peisazhi, natyra dhe malet idilike tërheqin shumë turistë dhe janë një potencial që ofron mundësi për zhvillimin e turizmit në malet e Sharrit gjatë gjithë vitit. Në kushtet e peisazhit ka shumë vende tërheqëse si Jellak, Leshnicë, Luboten, Brestovc dhe Kodra e Diellit.

Potenciali më i madh turistik në komunë është Kodra e Diellit. Qendra Kodra e Diellit është e vendosur në një lartësi prej rreth 1.780m, me largësi 18 km nga qyteti i Tetovës. Qendra arrihet nga rruga e asfaltuar dhe teleferiku 7 km. Kodra e Diellit ka 11 teleferikë skijimi me gjatësi totale prej 7,7 km. Këta teleferikë lidhin fushat e skijimit në lartësi 1.070 - 2.510m, dhe gjatësi prej 20 km, nga të cilat 3 janë bërë konform kriterëve të Federatës Botërore të Skijimit (FIS). Kodra e Diellit çdo vit, duke filluar nga 1947, organizon garën ndërkombëtare "Kupa e Malit Sharr" e regjistruar në organizatën botërore të skijimit FIS. Përveç kësaj organizohet edhe "Kupa Beka" ku gjeneratat e reja tregojnë talentin e tyre për skijim.

Qyteti i Tetovës ka një numër të madh të atraksioneve kulturore që e bëjnë ofertën turistike të pasur dhe të gjithanëshme për nevojat e të gjitha grupeve të turistëve. Me ardhjen e turqve në shekullin e XV, qyteti i Tetovës

¹⁵¹ Qendra Epi, Ministria e Ekonomisë, Studim për zhvillimin e turizmit në rajonin e Sharrit 2010.

zhvillohet si një qytet me shumë kisha, xhami dhe monumente që kanë një vlerë të veçantë historike. Në këtë periudhë janë ndërtuar objekte kulturo-historike: Xhamia e Larme, tempulli ortodoks "Shën Kirili dhe Metodi" Arabati Baba Teqe, Kalaja e Tetovës, Hamami i vjetër, Kisha "Shën Athanasi", Hani Halim Deralla, Ura e gurit në lumin Shkumbin dhe të tjera. Ndër institucionet më të rëndësishme kulturore në Tetovë përfshihet Shtëpia e Kulturës "Ilija Anteski-Smok" biblioteka "Koço Racin" dhe veçanërisht ansamblet interesante popullore: KUD "Xheladin Zeqiri" (1949), CAS "Ilija Antevski-Smok" CAS dhe "Yeni Hayat". Në Tetovë gjendet muzeu memorial i rajonit të Tetovës, muzeu më i vogël etnologjik në Xhepçisht, dhe arkivi historik.

Mbajtja e festivaleve të shumta dhe ngjarjeve kulturore me karakter lokal dhe rajonal, të lidhura me festat fetare, traditën dhe veçoritë etnografike, e rrit interesin e turistëve vendas dhe të huaj.

Objektivat strategjike të zhvillimit të qëndrueshëm të Tetovës për periudhën e ardhshme të cilat do të lejojnë përmirësimin e gjendjes dhe cilësisë e jetës janë:

1. Përmirësimi i aftësisë konkurruese të produkteve bujqësore;
2. Përmirësimi i mjedisit të biznesit në zonat rurale për të rritur të ardhurat e popullsisë;
3. Mbështetja zhvillimit të turizmit rural;
4. Përmirësimi i infrastrukturës urbane dhe rurale;
5. Ruajtja dhe përmirësimi i mjedisit në qytet dhe zonat rurale;
6. Mbështetja e krijimit të rrjeteve (veprimi i përbashkët mes palëve të interesit) dhe
7. Rritja e nivelit të njohurive dhe qasjes në informata në pjesët urbane dhe rurale të komunës.

SHTYLLAT E ZHVILLIMIT

Për të zbatuar objektivat e përcaktuara më sipër, kërkohet një qasje fleksibile dhe një sërë masash të politikave rajonale dhe investimet që do të mundësojnë ndryshimin e shpejtë të mjedisit ekonomik dhe social në rajon. Më konkretisht apo në aspekt përmbledhës, objektivat e zhvillimit rural të komunës së Tetovës do të arrihen nëpërmjet katër shtyllave prioritare të mëposhtme të zhvillimit: përmirësimin e ekonomisë rurale, përmirësimin e infrastrukturës rurale, qëndrueshmërinë e mjedisit, rrjetëzimit dhe përparimit në arsimimin e banorëve të komunës.

Strategjia e zhvillimit rural është i ndarë në katër shtylla të zhvillimit, përkatësisht:

- Ekonomia rurale
- Infrastruktura rurale
- Mbrojtja e mjedisit
- Rrjetëzimi dhe arsimit

EKONOMIA RURALE

Përmirësimi i aftësisë konkurruese të prodhimit bujqësor, si dhe përmirësimi i klimës së biznesit në zonat rurale me qëllim të rritjes së ardhurave të popullsisë rurale, do të rrisë mundësitë për zhvillimin e sipërmarrjes në zonat rurale, do të kontribuojë në përmirësimin e kushteve për të bërë biznes dhe do të sigurojë kushtet për të rritur investimet në fshatra në rajonin e Tetovës.

Mjedisi në komunë mundëson zhvillimin e formave të veçanta të turizmit rural, si turizmi fshatar, gjuetia, peshkimi, eko-turizmi, sporti dhe turizmit rekreativ, turizëm rezidencial (shtëpi pushimi), arsimor, gastronomik dhe etno-gastronomia, turizmi në pjesët e mbrojtura natyrore dhe turizmi kulturor. Komuna e Tetovës do të vazhdojë të punojë në promovimin dhe zhvillimin e turizmit, me përqendrimin në potencialin më të madh turistik, Kodra e Diellit - turizmi dimëror dhe sportet e dimrit, por edhe atraksione të tjera turistike që ekzistojnë në komunë si ato historike, kulturore, arkeologjike, natyrore, etj.

KONKLUZIONE

Zhvillimi i i sektorit të turizmit në rajonin e Tetovës është i kushtëzuar nga një infarastrukturë e dobët në zonën turistike, me gjithë potencialin e madh që ofron rajoni. Pengesë për zhvillimin e turizmit kanë qenë financimet e pamjaftueshme për mbrojtjen dhe mirmbajtjen e zonave me interes natyrore dhe kulturore, të drejtët e paqarta mbi pronat, menaxhimi i dobët i teritorit urban, etj. Lëvizja demografike dhe urbanizimi i shpejtë, i shoqëruar me mungesën e planit të përgjithshëm rregullues për qytetin dhe fshatrat e kanë karakterizuar zhvillimin e qytetit. Gjithashtu, zhvillimi i industrisë turistike nuk është parë i integruar me zhvillimin hapsinor dhe mjedisin, me nxitjen e biznesit, si edhe zhvillimet social- ekonomike, ndërkohë që zonat e periferike të rajonit me potencial turistike nuk janë mbështetur me politika nxitëse dhe plane menaxhuese.

Nga vëzhgimi dhe analiza e potencialit turistik dhe faktorëve të tjerë me ndikim në zhvillimin e turizmit të Tetovës, produktet kriesore turistike janë lloje e mëposhtme të turizmit;

*Turizmi i dimëror skiimi dhe format tjera të sporteve dimërore (afërsia me Kodrën e Diellit 18 km, Mali Sharr)

*Turizmi i interesit të vecantë gjatë stinës së verës (alpin, natyror, i aventurës ekoturizëm, kulturor)

*Turizmi i biznesit dhe konferencave shkencore,

Për fat të keq aktualisht Tetova nuk ka alternativa për pozicione reale Ballkanike apo më gjër, pavarësisht që destinacionet individuale të saj janë tërheqëse. Turizmi dimërorë paraqet një alternativ për turizmin vendorë, por ende nuk konkurojnë me një larmi të madhe destinacionesh mbrenda Maqedonisë dhe më gjerë. Ajo çka e bën unike të veçantë Tetovën është afërsia e madhe e një larmie të madhe atraksionesh malore dhe afërsia relative e këtyre atraksioneve në një kontekst unik kulturor për një numër të madh turistësh vendas dhe ndërkombëtar. Krahas këtyre shanseve që ka zhvillimi i turizmit në Tetovë, ai gjendet aktualisht, përpara mjaft problemeve, pa zgjidhjen e të cilave nuk mund të kuptohet një e ardhme e shpejtë e tij. Vështirësia kryesore lidhet me gjendjen e papërshtatshme infrastrukturore, mungesa e planeve rregulluese, mungesa e investimeve, si dhe mungesa e kapaciteteve të hoteleve turistike që është i kufizuar dhe pajisja e mobilimi i tyre nuk i përgjigjet kërkesave e nevojave të turistëve.

REKOMANDIME

Prioritetet për zhvillimin e turizmit në Tetovë janë: zhvillimi i infrastrukturës së përshtatshme, sidomos në zonat me potencialistik, përmisimi dhe promovimi i imazhit të rajonit nxitja e biznesit operues në industrinë turistike, zhvillimi dhe diversifikimi i produktit turistik si dhe investimet në zonat me potenciale turistike natyrore dhe në trashigiminë kulturore qytetase.

Për të krijuar një cikël të drejtë të zhvillimit të qëndrueshëm të bazuar tek turizmi autoritetet qeverisëse rajonale dhe lokale në Tetovë, duhet të mbrojnë dhe të rivlerësojnë, së bashku me komunitetin, operatorët turistikë dhe OJQ-të, vendet, parqet, qytetin dhe zonat e mbrojtura, që janë asetet qëndrore të sektorit të saj të turizmit.

Në terma të një strategjie rajonale afatgjatë të turizmit në Tetovë është i nevojshëm, gjithashtu organizimi i mbledhjeve dhe analizimi eficient i të dhënave sipas standardeve ndërkombëtare dhe kombëtare dhe sistemet e menaxhimit për të monitoruar dhe analizuar vizitat turistike, shpenzimet, sjelljen, profilet e turistëve dhe karakteristika të tjera. Planifikimi i turizmit pa këto të dhëna bëhet i pamundur.

LITERATURA E PËRDORUR

- [1] Agjencia e Punësimit e Republikës së Maqedonisë, qasje në 30.06.2014, [ëëë.zvrm.gov.mk](http://www.zvrm.gov.mk)
- [2] Enti Shtetëror i Statistikave (2014) baza MAXTEL, qasje në 30.06.2014, <http://makstat.stat.gov.mk/>
- [3] Skenderi F. (2006): Popullsia dhe vendbanimet shqiptare në Maqedoni, Kumanovë.(6) 98-105
- [4] Ministria e Ekonomisë (2012) Strategjia Kombëtare për Turizmin Rural 2012-2017, Republika e Maqedonisë
- [5] Ministria e Arsimit dhe Shkencës (2014) Konkursi për regjistrimin e studentëve në shkollat e mesme publike në vitin akademik 2014/2015, Republika e Maqedonisë
- [6] Banka Qendrore e Maqedonisë (2014), të dhënat paraprake dhe të vlerësuara për vitin 2010 dhe 2011 sipas ZSHS, qasje në 30.06.2014, [www.Popovski, V., Selmani A. Dhe Panov, N. \(2006\) Komunat në Republikën e Maqedonisë dhe shpërndarja e tyre territoriale, Ministria e Pushtetit Lokal, Republika e Maqedonisë](http://www.Popovski, V., Selmani A. Dhe Panov, N. (2006) Komunat në Republikën e Maqedonisë dhe shpërndarja e tyre territoriale, Ministria e Pushtetit Lokal, Republika e Maqedonisë)
- [7] Hisen Xh.(2013), Tetovë, Diversiteti i Malit Sharr. Nacional Media -Cabej, 18, 89-108
- [8] Selmani A & Imeri R. (2009): Pellgu i Lumit Shkumbin, Shkup.(17)113-131,

NATURAL CONDITIONS AS POTENTIAL TOURISM VALUES IN THE REPUBLIC OF KOSOVO

Bedri Millaku

University “Hadji Zeka”, Peja, Kosovo, bedri.millaku@unhz.eu

Adem Dreshaj

University “Hadji Zeka”, Peja, Kosovo, adem.dreshaj@unhz.eu

Afrim Selimaj

University “Hadji Zeka”, Peja, Kosovo, afrim.selimaj@unhz.eu

Abstract: The Republic of Kosovo has the center position in the Balkan Peninsula, which is perched on important tourist routes. Its surface is 10908km². We are presenting geologic features of different and varied ages with various interesting forms for visitors. With relief it is quite heterogeneous with different forms. There are quite favorable climatic conditions for tourist activities in all seasons of the year. Stream water streams and number of mountain and artificial lakes. It has a mosaic of pedological composition and different biogeography conditions. All are potential values for the development of the tourist economy, especially for the development of stationary tourism, weekend, transit, hunting and fishing tourism as well as numerous activities for recreation and recreation, including many forms of tourism. In this area are present attractive attractions worth visiting. In no country in the region compared to their areas, there are no more concentrated potential values than in the Republic of Kosovo. Thanks to these values, the Republic of Kosovo is an attractive place for tourism. Their utilization provides important basis for the development of tourism and income generation as well as for the development of the local economy.

Keywords: Tourism, natural conditions, potential values, forms of tourism, tourism development, local economy.

INTRODUCTION

Tourism development principles in the Republic of Kosovo are based on the values of tourist potentials. Tourist potentials with their natural value provide the basis for the tourist offer development. The conditions of use and their exploitation will give their effects to the development of tourism. The Republic of Kosovo can be a tourist site and oriented towards tourism development. The growth of investments should be in harmony with the development of the economy in general. Natural conditions are the ones that create attractive tourist values that can be part of the tourist offer. The utilization of tourist potentials, respectively the functionality of natural conditions, is the basis for the development of tourism offerings and economic development, which will result in the rise of the social brut and social income of the country. Natural tourism potentials, if used and included in the range of utilization of tourist attractions, the country will be in the function of utilizing the attractions that will yield results in raising the quality tourist offer. In this way the country will be oriented towards the function of tourism development. The purpose of the work is to include the potential natural values for the development of the tourist activity in order to get started with the countries of the region with which projects on tourism development should be done and the fictionalization of the potential natural values for this area which the country has.

NATURAL CONDITIONS AS POTENTIAL TOURIST VALUES

There are many natural conditions that have a special role and importance in the development of a successful tourist product. If these natural values are used in a continuous way, one can talk about a developed tourism. So the development of tourism also depends on the natural conditions which are the potential values that occupy the desired place in the development of tourism. In the past, we have listed some of the natural values that give their effect on the development of tourism.

Geographical position - The Republic of Kosovo, if compared to the region, is advantageous in comparison with other countries in the region, corridors passing through it, including roads and railways, and Kosovo's airspace link Europe to Asia, the Balkans and Western Europe. Kosovo has a network of functional international routes, which is considered as an important link for the region's development and wider. With the use of the Thessaloniki-Skopje, Belgrade, Zagreb, Ljubljana highway, which is of strategic importance? Kosovo is an important center on the Balkan Peninsula, which enables the connection of Western Europe to Asia and the Far East. The opening of the Dures - Pristina corridor opens new perspectives and will also be an opportunity to accelerate the economic development and tourism links of the country.

Geomorphology of the terrain and its values - The Republic of Kosovo is a territory with high geomorphological values. All represent important values in completing the tourist offer. Attractive (attractive) relief in Kosovo is a tourist potential which includes forms of special interest to be visited by visitors. In the relief there are all forms of high mountains as tourist motifs that lead to the beautiful landscape with deep gorges like Rugova Gorge, Bistrica of Deçan, Cave of Gadime and Radavc. So with a variety of reliefs. In general, Kosovo's reliance on average responds to the absolute altitude of 810 meters. Over half of Kosovo's territory covers an area of over 700 meters which belongs to the mountainous parts, which are singled out with their attraction for the development of different forms of Tourism.

Topography of terrain in resort use - The assessment of tourist potentials on the skiing paths in the Sharr Mountains and in the Nemuna Mountains presents great tourist value. Including the ground exposure. Only in the mountains of Nemuna the skiing of the skiing paths is 61450 m which means that for the moment can be skied 61450 skiers who fulfilled the conditions for construction of a winter tourist center. In the mountains of Sharr is built ski center in Brezovica.

Other countries such as Boga, Belegu and Koapaonik Mountains are very big potentials for the development of winter tourism but also for summer and picnic as well as many other forms of tourism.

Climatic conditions - These are the factors that are important for the development of summer and winter tourism. Average winter temperatures in January and February range from 0°C to -1.4°C and -0.6°C until summer temperatures reach up to 20°C. Kosovo is characterized by climatic features where autumn is warmer than spring, which ranges from 0.6°C to 1.1°C in October compared with April, where temperatures are low.

Table 1: The average temperature in the seasons of the year in the cities of Kosovo.

	Summer	Autumn	Wintry	Spring
Prishtina	19.8	11.1	0.2	9.5
Mitrovica	20	11	0.6	9.8
Ferizaj	22	12.8	0.1	11.5
Gjilani	19.9	11.3	0.6	9.9
Peja	20.9	12.2	1.1	10.9
Prizreni	22	12.8	1.9	11.5
Gjakova	20.6	11.6	0.9	10.5

From the table it can be analyzed that the climatic conditions, the average annual temperatures in the highest cities of Kosovo are in the fall season compared to the spring season. While the highest summer average temperature does not exceed 22°C, while the average winter does not reach the lowest temperature at 0.1°C. The above-mentioned temperatures have been taken for the cities of Kosovo. On the other hand, the climatic conditions in the mountainous areas are very favorable for the development of summer and winter tourism, which have sufficient quality enough snow to slide and its duration, especially during the winter season until the spring season.

Hydrographic values - Waters in Kosovo represent quite important values which, with their attributes, can be used for bathing, water sports development. Kosovo has a dense water network, which distinguishes Dukagjini, which, together with the surrounding mountains, is rich in numerous hydrographic objects such as glacial lakes, especially in the Sharr Mountains and Nemuna Mountains, with artificial lakes (Radonić, Batlava, Badovci and Gazivoda), there are also waterfalls such as that of Drini i Bardhë in Radavc and many others.

The attractive canyons of Mirusha which are separated with their attraction with 16 river lakes that relate to waterfall with each other. Special importance of hydrographic facilities is the thermal waters in Kosovo's baths, which include three thermal baths with thermal stations, which are important tourist attractions, most visited by visitors - patients within Kosovo. In the future with environmental regulation of infrastructure can be a factor of high value in the tourist offer because they can be visited 365 days a year compared to other tourist motives. Even the thermal waters of Kosovo and other countries that have a good promise of promise for the future that are valued with 55 sources with different values of mineral content and thermalism are great potential for tourism and patients .

Flora and fauna- It is a motif with special tourist values. In Kosovo there are several forest complexes rich in plant and wood formations that have an important role for tourism. Kosovo is rich in forests where 4972 km², which means over 446000 hectares, which expressed in percentage, includes 46.5% of the total area of the territory. The forest is made up of the composition;

- Warming forests include 157515 hectares or 31.6%

- Forage and coniferous forests 9877 hectares or 5.9%
- Mixed forests 278918 hectares or 62.5%.

For conservation some types of plant and animal formations in the world laid down different laws by which some areas are proposed for national park or reserves. Only in Europe without the former community of independent states are some 350 national parks. Kosovo's mountains are rich in endemic plants and relics such as; Munika, Molika, Vlefnia, Frozicia Europea, Chestnut, Boronica etc.

The animal world presents special values with its attraction. The ecological environment in which animals are widespread represents an attractive natural environment for tourists. "Wild cattle and fauna of the waters represent the motives of the tourist and sport manifestation". There are many wild animals present in Kosovo; Capel, wild goat, wolf, brown bear, rabbit, fox, wild boar, deep-sea, wild dove etc. There are many species of fish in the waters. "Nature is beautiful and the use of its material base for the advancement of man in the physical, mental and spiritual state." It is very important to use nature in a rational way by man and to put it in function of the tourist offer.

CONCLUSION

Tourism development and utilization of tourist potentials are of particular importance. Tourist potentials as physical-geographic values are concentrated across the country. Tourist values based on natural conditions are part of the tourist offer that can be accessed by tourism. These attractions are spread all over the country, which can represent geotagging values that serve tourism development. The attraction of the tourist policy varies in relation to these attractive values that are available to improve the tourist offer and the degree of attractiveness. Each value has created the basic conditions that the Republic of Kosovo provides for the development of many forms of tourism, such as winter, summer, transit, hunting and fishing tourism, seaside, congress and other forms of tourism. Natural conditions are the dominant element which gives importance to the development of tourist activities. In this way, the Republic of Kosovo will be a competitive country with other countries in the region as well as with the wider.

LITERATURA

- [1] Pushka A. "Metodat kuantitative në Gjeografi", Prishtinë 1981.
- [2] Faulkner, B., & Russell, R. (2000). Turbulence, chaos and complexity in tourism systems: A research direction for the new millennium. In B. Faulkner, G. Moscardo and E. Laws, (Eds.), *Tourism in the 21st century: Lessons from experience* (pp. 328–349). L
- [3] Hall, C. M., Timothy, D. J., & Duval, D. T. (Eds.). (2003). *Safety and security in tourism: Relationships, management, and marketing*. New York: Haworth Hospitality Press.
- [4] E-International Scientific Research Journal London: The socio – Economic.
- [5] Gashi M. "Bazat e Turizmit" Universiteti i Kosovës, Prishtinë 1986
- [6] Gashi M. "Bazat e turizmit – Turizëm dhe Hotelieri" për shkollat të mesme, Prishtinë, 1987.
- [7] Gashi M. "Vlerat turistike në Kosovë" Plani regjional hapësinor i KSAK Prishtinë 1969.
- [8] Gashi M. "Uslovi i mogućnosti za razvoj turizma SAP Kosovo" Prishtinë 1977.
- [9] Gashi M. "Turizmi si fenomen shoqëror bashkohës", Časopis "Përparimi", br.5. Prishtinë 1963. god.
- [10] Gashi M. "Osnovni potencial turističkih vrednosti Kosova", ekspertiza izrađena za potrebe i rade regionalnog prostornog plana Kosova, Priština 1969.
- [11] Boyer M. "Le tourisme", Paris 1970.
- [12] Tourism and post-disciplinary enquiry. *Current Issues in Tourism*, 9(5), 293–319. the 21st century: *Lessons from experience* (pp. 328–349). L
- [13] Tooman, L.A. (1997), "Tourism and Development," *Journal of Travel Research*, Vol. 35, No. 4, 33-4
- [14] Rudolf B. "Tipologija tržišta", informator, Zagreb, 1968.
- [15] Marković S. i Z. "Ekonomika turizma", Zagreb, 1967.
- [16] Jovičić. Ž. "Osnovi turizma" Naučna knjiga, Beograd 1976.
- [17] Jovičić Ž. "Turistička Kretanja" Naučna Knjiga, Beograd 1966.
- [18] World Tourism Organisation (UNWTO) Statistics Department.

