

ISSN 0489-0922



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



ГОДИШНИК

НА ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ - СКОПЈЕ

ANNUAL

OF THE FACULTY OF ECONOMICS - SKOPJE

ГОД. ЕКОН.ФАКТОМ 55 С. 1-310 СКОПЈЕ 2020

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

ГОДИШНИК на Економски факултет - Скопје Том 55 (2020) Скопје 2020	ANNUAL of the Faculty of Economics - Skopje Vol.55 (2020) Skopje 2020
Издавач <i>Економски факултет - Скопје</i>	Publisher <i>Faculty of Economics - Skopje</i>
Редакциски одбор <i>Проф. д-р Атанаско Атанасовски</i> <i>Проф. д-р Елена Наумовска</i> <i>Асис. д-р Виктор Стојкоски</i>	Editorial Board <i>Assoc. Prof. Atanasko Atanasovski, PhD</i> <i>Assoc. Prof. Elena Naumovska, PhD</i> <i>Viktor Stojkoski, PhD</i>
Главен и одговорен уредник <i>Проф. д-р Атанаско Атанасовски</i>	Editor in chief <i>Assoc. Prof. Atanasko Atanasovski, PhD</i>
Јазична редакција <i>Даниела Ристова</i>	Proofreaders <i>Daniela Ristova</i>
Компјутерска обработка, техничко уредување и печатење <i>ДБ СИСТЕМИ</i>	Computer processing, technical processing and printing <i>DB SISTEMI</i>
Тираж <i>100 примероци</i>	Produced <i>100 copies</i>
Адреса на редакцијата <i>Економски факултет - Скопје</i> <i>Бул. Гоце Делчев бр. 9В</i> <i>1000 Скопје</i>	Publisher's address <i>Faculty of Economics - Skopje</i> <i>Goce Delchev 9V</i> <i>1000 Skopje</i>

СОДРЖИНА

Проф. д-р Сашо Арсов

РАЗВОЈОТ, СТРУКТУРАТА И РАЗВОЈНАТА УЛОГА
НА ФИНАНСИСКИОТ СЕКТОР ВО БАЛКАНСКИТЕ
ПОСТТРАНЗИЦИСКИ ЕКОНОМИИ 11

Вонр. Проф. д-р Атанаско Атанасовски

Тодор Тоцев

МОЖНОСТИ ЗА РАЗВОЈ И УСОВРШУВАЊЕ НА
СМЕТКОВОДСТВЕНИТЕ УСЛУГИ СО ПОМОШ НА
ТЕХНОЛОГИЈАТА ЗА КОМПЈУТЕРСКА ОБРАБОТКА ВО ОБЛАК ... 29

М-р Ангела Блажеска

Вонр. Проф. Д-р Игор Ивановски

АНАЛИЗА НА АПЛИКАЦИЈАТА НА ВЕРОЈАТНОСТА ВО
СТАТИСТИЧКАТА АНАЛИЗА СО ФОКУС НА БАЈСОВАТА
ВЕРОЈАТНОСТ 43

Асист. М-р Иван Дионисијев

УЛОГАТА НА ДРЖАВНАТА РЕВИЗИЈА ВО ПРОЦЕСОТ
НА ЈАВНИ НАБАВКИ - СЛУЧАЈОТ НА РЕПУБЛИКА
СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА 68

Вон. проф д-р Александра Јанеска-Илиев
Јасмина Николовска
ФАМИЛИЈАРНИОТ БИЗНИС ВО ВРЕМЕ НА КОВИД КРИЗА 69

Вонр. Проф. д-р Димитар Јовевски
Тања Камењарска
ПРЕГЛЕД НА МОДЕРНИТЕ ФИНАНСИСКИ ТЕХНОЛОГИИ И
УПОТРЕБАТА НА КОНЦЕПТОТ НА ОТВОРЕНИ ИНОВАЦИИ ВО
ФИНАНСИСКИТЕ УСЛУГИ 104

Асист. м-р Љубен Коцев
ОСНОВИ ЗА РАСКИН НА ДОГОВОРОТ ЗА ПРОДАЖБА СПОРЕД
КОНВЕНЦИЈАТА НА ОБЕДИНЕТИТЕ НАЦИИ ЗА ДОГОВОРИТЕ
ЗА МЕЃУНАРОДНА ПРОДАЖБА НА СТОКИ (1980) 107

Бојан Малчев
СФЕРИ НА ПРИМЕНА НА БЛОКЧЕЈН ТЕХНОЛОГИЈА ВО
СМЕТКОВОДСТВЕНАТА И РЕВИЗОРСКАТА ПРОФЕСИЈА 123

Ѓунтер Мерџан
ВЛИЈАНИЕТО НА ДИГИТАЛИЗАЦИЈАТА НА ЕВРОПСКАТА
ЕКОНОМИЈА И ОПШТЕСТВО 139

Проф. д-р Зоран Миновски
ЗНАЧЕЊЕ И ПОТРЕБА ЗА ЗЕЛЕНО СМЕТКОВОДСТВО И ЗЕЛЕНА
РЕВИЗИЈА 155

Проф. д-р Михаил Петковски
Д-р Јордан Косевски
ЕМПИРИСКА АНАЛИЗА ЗА ВЛИЈАНИЕТО НА
МАКРОЕКОНОМСКИТЕ И ФИНАНСИСКИТЕ ДЕТЕРМИНАНТИ
ВРЗ БАНКАРСТВОТО ВО СЕНКА ВО НОВИТЕ 3
ЕМЈИ ЧЛЕНКИ НА ЕУ 188

М-р Ива Петроска
Проф. д-р Кирил Јовановски
CROWDFUNDING-ОТ КАКО АЛТЕРНАТИВЕН НАЧИН НА
ФИНАНСИРАЊЕ 189

Проф. д-р Кирил Постолов
ВЛИЈАНИЕТО НА МОТИВАЦИЈАТА ВРЗ ЗАДОВОЛСТВО ОД
РАБОТАТА - СЛУЧАЈОТ СО ДОКТОРИТЕ ВО РЕПУБЛИКА
СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА 205

Проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска АСОЦИЈАЦИИ НА БРЕНДОТ И СКАЛИ ЗА МЕРЕЊЕ НА СТАВОВИТЕ НА ПОТРОШУВАЧИТЕ ПРИ КУПУВАЊЕ ЧОКОЛАДА	221
Кирил Симеоновски Проф. д-р Елена Наумовска АНАЛИЗА НА ВЛИЈАНИЕТО НА БАНКАРСКАТА ГУСТИНА ВРЗ ЕКОНОМСКАТА АКТИВНОСТ	237
Виктор Стојкоски ПРОИЗВОДСТВЕНОТО ЗНАЕЊЕ КАКО ДЕТЕРМИНАНТА ЗА ДОХОДОВНАТА НЕЕДНАКВОСТ	257
Проф. д-р Љубе Трпески УЛОГАТА И ЗНАЧЕЊЕТО НА „БАНКАРСТВОТО ВО СЕНКА“, ВО СВЕТОТ И КАЈ НАС	269
Асист. м-р Маријана Цветаноска Проф. д-р Предраг Трпески АНАЛИЗА НА КАУЗАЛНОСТА ПОМЕЃУ ЗДРАВЈЕТО КАКО ДЕТЕРМИНАНТА НА ЧОВЕЧКИОТ КАПИТАЛ И ЕКОНОМСКИОТ РАСТ ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА	283
Вонр. Проф. д-р Виолета Цветкоска Дипл. економист Марија Ташева БИЗНИС-АНАЛИТИКА – ДВИГАТЕЛ НА ПЕРФОРМАНСИТЕ НА КОМПАНИИТЕ ВО ДИГИТАЛНАТА ЕРА	297

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

ГОД. ЕКОН. ФАК. ТОМ 55 С. 1-310 СКОПЈЕ 2020

CONTENTS

Sasho Arsov, PhD

DEVELOPMENT AND STRUCTURE OF THE FINANCIAL SECTOR
IN THE BALKANS POST-TRANSITIONAL ECONOMIES AND ITS
IMPACT ON ECONOMIC DEVELOPMENT 28

Atanasko Atanasovski, PhD

Todor Tocev

OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT AND IMPROVEMENT
OF ACCOUNTING SERVICES THROUGH CLOUD COMPUTING
TECHNOLOGY 42

Angela Blazeska, MSc

Igor Ivanovski, PhD

ANALYSIS OF THE APPLICATION OF PROBABILITY THEORY
IN STATISTICAL ANALYSES WITH THE SPECIAL FOCUS ON
BAYESIAN PROBABILITY 57

Ivan Dionysiev, MSc

THE ROLE OF THE STATE AUDIT IN THE PUBLIC PROCUREMENT
PROCESS - CASE OF THE REPUBLIC OF NORTH MACEDONIA .. 59

Aleksandra Janeska-Iliev, PhD Jasmina Nikolovska FAMILY BUSINESS IN TIMES OF COVID CRISIS	84
Dimitar Jovevski, Ph.D. Tanja Kamenjarska AN OVERVIEW OF THE EMERGING FINANCIAL TECHNOLOGIES AND ADOPTION OF THE CONCEPT OF OPEN INNOVATION IN THE FINANCIAL SERVICES	85
Ljuben Kocev GROUNDS FOR CONTRACT AVOIDANCE UNDER THE UNITED NATIONS CONVENTION ON CONTRACTS FOR THE INTERNATIONAL SALE OF GOODS (1980)	121
Bojan Malchev AREAS OF APPLICATION OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY IN THE ACCOUNTING AND AUDITING PROFESSION	138
Zoran Minovski, PhD SIGNIFICANCE AND NEED FOR GREEN ACCOUNTING AND GREEN AUDIT	174
Mihail Petkovski, PhD Jordan Kjosevski, PhD EMPIRICAL ANALYSIS OF THE IMPACT OF MACROECONOMIC AND FINANCIAL DETERMINANTS ON THE SHADOW BANKING IN THE NEW EU MEMBER STATES	175
Iva Petroska, MSc Kiril Jovanovski, Ph. D CROWDFUNFING AS AN ALTERNATIVE WAY OF FINANCING ..	203
Kiril Postolov, Ph. D MOTIVATIONAL INFLUENCE ON THE EMPLOYEE'S JOB SATISFACTION IN THE HEALTH SECTOR, WITH PARTICULAR INFLUENCE EMPHASIS ON DOCTORS	220
Snezana Ristevska-Jovanovska, PhD BRAND ASSOCIATIONS AND MEASUREMENT OF CONSUMER ATTITUDES	236

<i>Kiril Simeonovski,</i> <i>Elena Naumovska, PhD</i> AN ANALYSIS OF THE IMPACT OF BANK DENSITY ON ECONOMIC ACTIVITY	255
<i>Viktor Stojkoski</i> THE PRODUCTIVE KNOWLEDGE AS A DETERMINANT FOR THE INCOME INEQUALITY	267
<i>Ljube Trpeski, PhD</i> THE ROLE AND IMPORTANCE OF “SHADOW BANKING”, IN THE WORLD AND IN OUR ECONOMY	282
<i>Marijana Cvetanoska, MSc</i> <i>Predrag Trpeski, PhD</i> THE CAUSALITY BETWEEN HEALTH AS A DETERMINANT OF HUMAN CAPITAL AND ECONOMIC GROWTH IN NORTH MACEDONIA	296
<i>Violeta Cvetkoska, PhD</i> <i>Marija Tasheva, BSc</i> BUSINESS ANALYTICS – THE DRIVER OF COMPANYS’ PERFORMANCE IN THE DIGITAL ERA	309

ФАМИЛИЈАРНИОТ БИЗНИС ВО ВРЕМЕ НА КОВИД КРИЗА

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

Јасмина Николовска
Постдипломски студии
МБА Менаџмент
asnic_nikolovska@yahoo.com

Апстракт

Фамилијарните бизниси се во фокусот на научната мисла поради нивната доминација во економските активности во светски рамки. Без разлика на големината фамилијарните бизниси се поврзуваат со малите бизниси, а во време на криза малите бизниси се сметаат за поранливи пред сè поради ограниченоста на ресурсите. Современите анализи го зголемуваат разбирањето на фамилијарните бизниси, па соодветно се наметнуваат теми кои се актуелни, како: фокус на генерациски транзиции, наместо на бизнис-сукцесија; менаџерскиот тим и сопственоста како развојна норма; стратешкото планирање во фамилијарниот бизнис; унапредување на финансиската софистицираност; професионален менаџмент; улоги кои го заменуваат пензионирањето; улогата на жените; професионални услуги на фамилијарниот бизнис и зголемување на понудата за едукација и консултантски услуги во фамилијарниот бизнис. Уште повеќе моменталната криза наметната од КОВИД пандемијата претставува своевиден акцелератор на потребата за дополнителни истражувања и разработување на овие сегметни.

Во рамките на овој труд согледани се основните параметри кои се поврзани со успехот на фамилијарните бизниси, пред сè во во услови на пандемија која подразбира криза. При статистичката обработка се дојде до неколку интересни резултати. Најголемиот дел од компаниите сметаат дека се подготвени за соочување со предизвиците поврзани со сопственоста,

управувањето и стратегијата на бизнисот, додека подготвеноста за процесите поврзани со сукцесијата се многу ограничени. Во делот на тоа како ја доживуваат КОВИД кризата нема позначани разлики помеѓу фамилијарните и нефамилијарните бизниси, при што најголем број оценуваат дека значајно влијае врз нивното работење. Ваквите резултати може значително да се променат доколку истражувањата се спроведат во една поширока временска рамка, односно кога бизнисот ќе има поголемо искуство со кризата.

Клучни зборови: фамилијарен бизнис, сукцесија, успех и неуспех, ковид криза.

JEL класификација: L20; L26.

ВОВЕД

Истражувањата поврзани со фамилијарните бизниси се во континуиран пораст. (Chrisman, et al, 2008) Фамилијата како основен постамент на општествената рамка истовремено е главниот извор на ресурси: финансиски, човечки и емоционални. Иницијално фамилијарната припадност детерминира одредени аспекти поврзани со фамилијарниот бизнис. Истовремено фамилијата е идентификувана како главна рамка во која се негуваат претприемнички намери и знаење. При што ваквите ентитети како што се малите фирми пред сè во фамилијарна сопственост, се многу зависни од задолжување во банките за време на рецесија, финансирањето оди доста отежнато пред сè поради тоа што постои неподготвеност за доделување дополнителни заеми на малите фирми (DeDee, Vorhies, 1998). Фамилијарните фирми се обично ранливи поради нивната автономна, семејно-ориентирана позиција (Gomez-Meja et al.2007) и нивниот ограничен финансиски капитал и ресурси (Kim and Vonortas, 2014). Дополнително е истакнато дека фамилијарните бизниси во време на КОВИД кризата се посебно насочени кон обезбедување ликвидност и солидарност. (Kraus et al, 2020)

Поради важноста на фамилијарните бизниси во современите економии, како и растечката нестабилност на овие економии, важно е да се разбере како овие бизниси реагираат на економската криза. Во време на криза, фамилијарните и бизнис-врски се зајакнуваат со креативност и предизвикот генериран од кризата (Siakas et al, 2014) што дополнително

се засилува преку припадноста и нераскинливата порзаност помеѓу главните актери.

Според одредени истражувања, (PWC, 2018) се истакнува на пример дигитализацијата, во тој контекст многу сопственици на фамилијарни бизниси го препознаваат дигиталниот предизвик и потребата соодветно да се подготват во таа насока. Дополнително новонаметнатите предизвици во времето на пандемијата, го акцелерираа темпото со кои ваквите промени се имплементираат. Па така сè повеќе фамилијарните бизниси се соочуваат со реалноста на вештачката интелигенција (AI), интернетот, дигитално 3D печатење и роботиката.

Во таа насока фокусот на ова истажување е да се утврдат одредени аспекти поврзани со успехот и неуспехот на фамилијарните бизниси, а пред сè да се обезбеди основа за дискусија како фамилијарните бизниси ќе се соочат со актуелната криза генерирана од пандемијата на КОВИД. Наспроти овој контекст направен е иницијален обид да се обезбеди првично во реално време одредена слика или доказ за тоа како фамилијарните бизнис-фирми одговорија на кризата КОВИД-19. Секако се очекуваат дополнителни анализи кои имаат за цел да обезбедат знаење за тоа како фамилијарните фирми реагираат и се приспособуваат во неочекувана општа кризна ситуација.

Во основа се смета дека пандемијата и нејзините социјални и економски рефлексии генерираат видливи предизвици за фамилијарните бизниси кои се секаде присутни како

форма на организација во која било светска економија, а истовремено се доведуваат под знак прашање некои фундаментални претпоставки во основата на истражувањето на фамилијарните бизниси.

Постојат одредени автори (Kraus et al, 2020) кои во своите иницијални студии покажаа дека не се сите компании подеднакво погодени од кризата КОВИД-19, а истовремено е изразена разликата помеѓу големи и мали фамилијарни бизниси.

ПРЕГЛЕД НА ЛИТЕРАТУРАТА

1. Влијанието на фамилијарниот бизнис во глобални рамки

Фамилијарните бизниси претставуваат доминантна и најстара форма на организирање на бизнисот при што се од клучно значење во економиите (Comi, Eppler, 2014; Zahra, Hayton, & Salvato, 2004). Околу

30 % од сите компании низ целиот свет со продажба над една милијарда долари се всушност фамилијарни бизниси (HBR, 2012). Фамилијарните бизнисиводат кон глобален економски раст и вработување. Фамилијарните бизниси во Европа најмногу се мали и средни претпријатија кои имаат важна улога во динамиката на економијата. Тие создаваат промет од еден трилион евра, 9 % од БДП на Европската Унија и повеќе од 5 милиони работни места. Фамилијарните бизниси во Европската Унија се ’рбетниот столб на економијата и сочинуваат повеќе од 60 % од сите компании во Европа. Индексот на глобален фамилијарен бизнис, објавен од Forbes, составен од Универзитетот „St.Gallen“, со поддршка на Европската Унија. Според истражувањето скоро половина т.е. 238 од 500 се со седиште во Западна Европа, со тоа што во еврозоната се наоѓаат во Германија (94), Италија (31) и Франција (28). Најголем број има во САД, каде има 101 од првите 500. Регионот на Азија-Пацифик има 60 бизниси, со придонес на Индија од 25. Латинска Америка има 36 фамилијарни бизниси со тоа што Мексико и Бразил учествуваат со по 15. Фамилијарните бизниси покажуваат одредени особености во однос на нивното однесување и мерки за време на кризи. Се покажа дека зголемената фамилијарна сопственост ја намалува веројатноста фирмите да ги следат формалните процедури за криза. (Faghfour et al, 2015)

Фамилијарните бизниси се спремни да ги жртвуваат краткорочно перформансите и вредноста за акционерите за долгорочен опстанок (Minichilli et al., 2016) и на тој начин може да користат и специфични мерки како одговор на кризите. Понатаму, ваквите бизниси обично се однесуваат поодговорно кон своите вработени, како и кон окружувањето и тесно ги усогласуваат одлуките со вредностите и неекономските цели на фирмата. (Dyer Jr and Whetten, 2006)

2. проблемот со дефинирање на фамилијарниот бизнис

Клучно прашање е како фамилијарните бизниси би требало да се дефинираат. Недостатокот на консензус на прецизна дефиниција на фамилијарниот бизнис е индикатор дека научниците односно во науката се прават огромни напори да се развие генерално прифатена дефиниција. (Miller et al. 2007). Досега има разновидност на дефиниции, па така некои автори како критериум го земаат нивото на капитал кое го има една фамилија. (Alcorn, 1982, Barnes и Hershon 1976, Barry 1975, Landsberg). Други идентификуваат фамилијарен бизнис врз основа на

вклученоста на фамилијата во менаџмент-структурата. (Beckhard и Dyer, 1983, Kerper, 1983). За некои автори концептот на фамилијарниот бизнис е поврзан со подготвеноста да се пренесе сопственоста на следната генерација (Churchill и Hatten, 1987, Ward, 1987), или на обврската на трансгенерациско создавање богатство. Според (Smyrniotis, et al, 1997), бизнисот треба да содржи најмалку еден од следните критериуми за да биде сметан за фамилијарен бизнис: повеќе од 50 % од сопственоста да припаѓа на една фамилија; повеќе по 50 % од сопственоста да припаѓа на повеќе од една фамилија; една фамилијарна група ефективно го контролира бизнисот; мнозинството од менаџментот е од иста фамилија.

Терминот фамилијарен бизнис сè уште нема јасна, хомогена дефиниција, а истото се должи на неговата хетерогена организациона структура. Литературата јасно истакнува дека „не постои единствена дефиниција за фамилијарен бизнис, што е исклучиво применлива во сите сегменти, како на пример во јавни и политички дискусии, за законски регулативи, како критериум за квалификуваност за поддршка на услугите и обезбедување статистички податоци и академски истражувања“ (ЕС, 2009). Недостатокот на хомогеност во дефинирањето на фамилијарните бизниси неизбежно доведува до широк спектар на недостатоци во оваа област на истражување, особено во меѓународен контекст, каде што динамиката на фамилијарниот бизнис и однесувањето поврзано со културата неверојатно се разликуваат во различни земји, како и низ времето (Astrachan et al., 2006). Во основа проблемот на дефинирањето на малите бизниси го отежнува процесот на сите дополнителни анализи и обезбедува унифицирана основа за дистинкција помеѓу фамилијарните и нефамилијарните бизниси.

3. Импликациите на фамилијарните бизниси во македонската економија

Како резултат на новата состојба во македонската економија по трансформацијата од релативно затворен во слободен пазар, што истовремено значеше и појавување на приватниот капитал, компаниите се соочуваат со предизвикот на либерализација на пазарот и формирање нови бизнис-ентитети. Формирањето на сопствен бизнис беше во спрега со генерирањето просперитет за фамилијата, па сè почесто се појавуваше во бизнисот таа спрега помеѓу фамилијата и новооснованите компании. Како резултат на претприемачките вештини на сопствениците, многу фирми успеаја да преживеат и да се развиваат, така што денес тие се

успешни компании. Транзицијата и приватизацијата во нашата земја по осамостојувањето предизвика зголемување на невработеноста и затворање на големите претпријатија заради нивната несолвентност и неможности да се приспособат на новиот начин на водење-бизнис. Како причина и последица на сето ова се јавува развојот на фамилијарните бизниси. Многу земји со слични позици направија значајни приспособувања во финансискиот сектор со цел да се создадат услови за развој на формален и неформален пазар на капитал, со цел да се зголеми можноста за поддршка не само на овој вид на бизнис, туку и на развојот на бизнис-секторот генерално. Голем број новоформирани бизниси по независноста се фамилијарни бизниси основани од едно, или во некои случаи и од повеќе фамилии. Сопственикот во деведесеттите години го гледа фамилијарниот бизнис како нужност да се обезбеди егзистенција за фамилијата, а не како можност за развој и проширување на бизнисот или остварување на неговата желба да отвори нов бизнис. Во подоцнежните години се менува ситуацијата и погледите во однос на бизнисот, па преку динамиката на пазарот компаниите се обидуваат да се претстават со иновативни, креативни и претприемачки вештини, со цел да се прошири бизнисот.

Пред скоро 30 години започна формирањето на голем број бизниси и затоа многу претприемачи наскоро ќе бидат или се многу блиску до пензија и потребно е да ги пренесат компаниите на идните генерации. Сопствениците и претприемачите немаа искуство со управувањето на процесот на транзиција на фамилијарните бизниси, бидејќи не постои традиција на сукцесија, а и секако голем недостаток на соодветни академски истражувања. (Letonja и Duh, 2015) Според одредени дискусии (FABUSS, 2017) поврзани со социјалното и економското значење на фамилијарниот бизнис за нашата земја може да се заклучи дека правната рамка не постои, а фамилијарните бизниси вообичаено се поврзани со мали и средни претпријатија. Најголема присутност на фамилијарните бизниси има во секторот трговија, а иницијално важна карактеристика е нивниот краток животен циклус.

Според објавениот прирачник (CPRM, 2008), како можни дефиниции за фамилијарните бизниси се следните:

- Фамилијарен бизнис - правно лице, кое е директно во сопственост или контролирано (со најмалку 51 %), од едно семејство без разлика која големина.
- Членовите на семејството вклучени во одреден тип на бизнис-

активност во рамките на законот можат да се сметаат како најчеста дефиниција за фамилијарен бизнис во земјата.

- Фирма управувана од едно лице (во сопственост и управувана од поединец, без други вработени) може да се смета за фамилијарен бизнис само доколку дејноста е во областа на земјоделството, трговијата на големо и мало, обезбедување услуги на хотели и ресторани, угостителство и слични сектори на економијата. Важен предуслов е дека ова лице треба да ја има главната улога во однос на финансиските средства на семејството.
- - Единствените сопственици може да се сметаат и за фамилијарен бизнис, но само кога повеќето членови на фамилијата се вработени во бизнисот.
- - Друштвата со една личност (како што трговец поединец), која вработува повеќе од едно лице може да се смета за фамилијарен бизнис, ако повеќето членови на фамилијата се вработени во друштвото и имаат високи раководни позиции.

Фамилијарните бизниси во земјите во транзиција се сметаат за релативно млади, а во основа тоа значи дека кај повеќето фамилијарниот бизнис сè уште е во рацете на основачот и на неговата сопруга. Неговите деца може или не мора бидат вклучени во бизнис-работењето, но се сметаат за единствените можни наследници. Фамилијарните бизниси преземаат поголем ризик за разлика од нефамилијарниот бизнис, бележат помал неуспех од нефамилијарните бизниси, затоа што фамилијарниот бизнис поставува одбори на директори кои подобро се спротивставуваат на неуспехот. (Zellweger, Sieger и Halter, 2011) ги споредуваат намерите на основачите на бизнисот и намерите на фамилијарните наследници.

МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕ

Примерокот е составен 98 компании врз основа на кои е направена соодветна анализа за состојбите поврзани со фамилијарните бизниси. За спроведување на анализата беше дистрибуиран прашалник во периодот на месец јуни и јули 2020 година, а начинот на Процесот на дистрибуирање на прашалникот подразбираше неколку начини: доставување на прашалникот но примарно беше користена платформата Google forma. Во креирањето на прашалникот се искористени прашања од релевантни меѓународни истражувања во доменот на фамилијарниот бизнис. Прашалникот содржи 31 прашање, при што повеќето варијабли се категорички или линеарни.

РЕЗУЛТАТИ И АНАЛИЗА

Во однос на добиените одговори може да се согледа дека најголем број испитаници ја сочинува групата со возраст над 40 години (35,7 %), 36 - 40 години (29,6 %), 31 - 35 години (28,6 %), 26 - 30 години (5,1 %) и до 25 години (1 %). Во однос на полот 52 % се од машки, а 48 % од женски пол. Во однос за највисокото ниво на завршено образование може да се заклучи дека најголем дел се со високо образование односно 46,9 %.

Најголем дел од испитаниците се дел од фамилијата поврзана со бизисот дури 43,9 %, со тоа што 9,2 % се и членови на следната генерација. Од одговорите (60,2 %) сметаат дека бизнисот е фамилијарен бизнис, (30,6 %) сметаат дека е нефамилијарен и (9,2 %) не знаат дали е фамилијарен или нефамилијарен бизнис. Што е кохерентно со прашањето поврзано со дефиницијата на фамилијарниот бизнис, па од таа причина понудени се повеќе дефиниции за тоа што би претставувало фамилијарен бизнис. Според одговорите најголем дел од испитаниците односно (43,3 %) сметаат дека фамилијарен бизнис е „Бизнис во кој фамилијата има ефективна контрола врз стратегиската насока на бизнисот“.

Во однос на бројот на вработени од вкупниот број на испитаници (70,4 %) се со помалку од 10 вработени, (12,2 %) се со над 250 вработени, (11,2 %) со 10 - 50 вработени и (6,1 %) со 51 - 250 вработени. Што во основа ја потврдува дискусијата дека најголем дел од фамилијарните бизниси се впрочем мали бизниси. Од друга страна кај секторската распределба може да се заклучи дека најголем дел од бизнисите се еднакво во секторите трговија и други услуги со (30,6 %).

Во делот на профилирање на основачот на бизнисот со истакнува дека поголемиот дел од дури 29,9 % се на возраст над 60 години, по нив со 26,8 % е групата од 41 до 50 години, слично со 23,7 % се оние од под 40 години, додека со најмал процент од 19,6 % е групата од 51 до 60 години. Според годините на постоење на бизнисот најголем дел од анкетираниите фамилијарни бизниси се со над 20 години постоење односно (44 %), под 10 години се (31 %), од 15 до 20 години се (15 %) и од 10 до 15 години се најмалку односно (10 %).

Резултатите укажуваат на тоа дека кога се работи за сопственоста и управувањето како и стратегијата, компаниите се сметаат за подготвени да се соочат со предизвиците, што е потврдено како тренд и во глобални рамки во рамките на истражувањето на Global family business survey 2019. Во однос на тоа која генерација од фамилијата го води бизнисот може

да се заклучи дека мнозинството, т.е. 79 % од фамилијарните бизниси дале одговор дека тоа е првата генерација, од друга страна само 21 % се изјасниле дека втората генерација го води бизнисот. Увидот во ваквата ситуација е прилично конзистентен со очекувањата пред сè поради фактот што приватниот капитал во нашата држава датира од почетокот на 90-тите години, па соодветно сега е моментот кога најголем дел од компаниите ќе се соочат со генерациски трансфер. Дополнително се смета дека првиот генерациски трансфер еден од клучните настани кои го детерминираат понатамошниот развој на компанијата, уште повеќе сукцесијата е еден од најдискутираните аспекти на истражувањата во доменот на фамилијарниот бизнис, (Short et al, 2016).

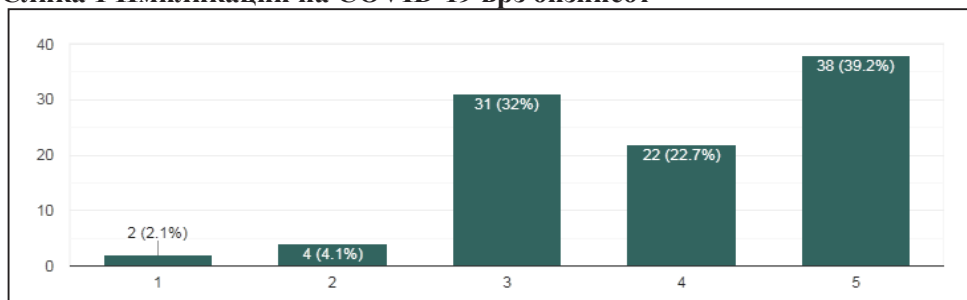
Во рамките на примерокот доминира мислењето дека компанијата ќе биде управувана од фамилијата па така дури 62,2 % сметаат дека тоа ќе биде иднината на компанијата, а само 4,1 % сметаат дека нема да биде управувана од фамилијата. Па така за наследувањето/сукцесијата на лидерството на компанијата како најпосакувана опција со (46,9 %) е пренесување на управувањето (сопственоста и менаџментот) на компанијата на следната генерација, (19,8 %) сметаат дека тоа е преку пренесување на сопственоста на компанијата на следната генерација, додека (14,6 %) не знаат како најдобро би се извршило наследувањето. Во таа смисла подготовката и обуката на сукцесорот се сметаат за многу важни пред наследувањето на бизнисот односно (56,3 %), а само (5,2 %) сметаат дека не се важни. Спротивно на ова е реалноста, па така во делот на планот за сукцесија може да се заклучи дека најголем дел односно (44,7 %) немаат подготвено никаков план за сукцесија, (33 %) имаат неформален план за сукцесија додека само (22,3 %) имаат формален план за сукцесијата, а незначителен дел од компаниите имаат документиран план. Од друга страна за разлика од западноевропските земји кои сметаат дека примарна причина за конфликт се идните цели, визија и стратегија (KPMG, 2015), кај нас како најголема причина за конфликт испитаниците го наведуваат финансискиот стрес (39 %), потоа (24 %) сметаат дека тоа е балансирањето на потребите на фамилијата наспроти бизнисот, додека (19,8 %) сметаат дека тоа се идните цели, визија и стратегија.

Во делот на клучните карактеристики за одржливост на бизнисот испитаниците ги наведуваат следните: подготвеност за адаптирање и менување на околината (58,3 %), финансиска позиција (36,5 %), лојалност на клиентите (34,4 %) и способност за иновација (33,3 %). Наспроти тоа во рамките на Global family business survey, 2019 во првиот

сегмент подготвеноста за адаптирање и менување на околината е исто така со најголем процент (61 %), па втора е способноста за иновација (39 %) која е на последно место кај нашите компании што можеби индицира дека во делот на иновативноста ги немаме посакуваните резултати.

Соодветно на дискусијата поврзана со пандемијата која во невидени размери го менува светот, па очекувањата се дека ќе го промени и фамилијарниот бизнис. Истражувањето беше започнато пред и за времее на почетокот КОВИД кризата, па се наметна дискусијата за тоа како потенцијално ќе влијае на активностите во делот на бизнисот. Резултатите од овој дел од прашалникот се презентирани во слика 1.

Слика 1 Импликации на COVID-19 врз бизнисот



Извор: Сопствено истражување

Најголем дел (39,2 %) одговорија дека вирусот има големо влијание врз функционирањето на бизнисот, а само (2,1 %) дека воопшто нема влијание. Оттука може да се заклучи дека глобалните состојби со COVID-19 значајно влијаат на целокупната економска активност и во светот и во нашата држава. Целото истражување се вршеше во тој период, па така голем дел од одговорите на испитаниците се под влијание на оваа состојба.

Дополнително во рамките на анализата спроведен е Т-тест на разлики помеѓу аритметичките средини на два големи независни примероци со цел да се согледа разликата помеѓу групата на фамилијарни бизниси и оние кои не се декларирани како такви во однос на постоечката Ковид криза. Се користи за Независниот Т-тест за значајноста на разликите помеѓу две аритметички средини. Резултатите укажуваат дека не постојат статистички значајни разлики во однос на третманот на кризата кај фамилијарните наспроти нефамилијарните бизниси. Во литературата често се укажува на долгорочниот хоризонт и издржливоста на фамилијарните бизниси, сепак овој резултат е очекуван со оглед на тоа дека најголем дел од примерокот нема поминато низ процесот на

генерациски трансфер. Според добиените резулти постои хомогеност на аритметичките средини ($p = .258$). Соодносот е 59 компании кои се фамилијарни бизниси, а од друга страна 29 кои не се сметаат за фамилијарни бизниси. Сепак не може да се воочи голема разлика помеѓу групите во однос на третманот на кризата. Тука дополнително би требало да се истакне дека искуството во однос на кризата кај компаниите беше релативно кратко и неочекувано, па потребно е дополнително да се разгледаат резултатите во некој подолг временски период. Во секој случај спремноста и стравот од соочувањето со кризата наметната од здравствената криза не се разликуваат кај компаниите без разлика дали се вбројуваат во фамилијарни или не. Во секој случај присуството на фамилијата во бизнисот претпоставува дека ќе се осигураат стабилни и доверливи долгорочни односи со сите интерни и екстерни страни обезбедувајќи специфичен социјален капитал (Arregle et al., 2007).

ЗАКЛУЧОК

Евидентно е дека огромниот обем на литература која се занимава со фамилијарниот бизнис, пред сè поради нејзината специфична структура, го потврдува значењето и силните импликации врз економијата кои се врзуваат со фамилијарните бизниси. Двете димензии наречени фамилија од една и бизнис од друга страна коегзистираат и обезбедуваат свои патеки за развој на бизнисот (Poza, Daugherty, 2020). Се смета дека повеќе од две третини од компаниите во светот се вбројуваат во делот на фамилијарните бизниси. Нешто по што секако се истакнуваат се дека се доста отпорни или може да се каже поотпорни од другите бизниси бидејќи сепак се размислува за долгорочниот просперитет на фамилијата. Па така во рамките на дискусиите е направен обид да се обезбеди слика која ќе ги претстави македонските ентитети кои се вбројуваат во делот на фамилијарни бизниси. Проблемот со дефинирањето на фамилијарните бизниси остава широк простор за самоопределување и создава во голем дел методолошки проблем. Во голем број истражувања се користи пристапот на самостојно утврдување од страна на сопствениците во однос на тоа дали одреден бизнис ќе се вброи во фамилијарен или не. Дополнително се наметнува прашањето и за моменталната здравствена криза која веќе се ефектуира и во делот на економските параметри. Целосно се индицира потребата за голем број анализи, кои ќе имаат намера да ја опфатат целосната комплексност

на ситуацијата и моментумот. Па во таа смисла и овој труд се обидува да обезбеди свој придонес кон спознавање на делот на фамилијарните бизниси истовремено земајќи ги предвид специфичностите поврзани со моменталната криза.

Резултатите имплицираат дека нема преголема разлика помеѓу фамилијарните и нефамилијарните бизниси за тоа како ја доживуваат кризата. Сепак тука се наметнува потреба за идни студии кои ќе опфатат една подолгорочна временска рамка како би можеле да согледаме одредени елементи поврзани со аутпутите и вистинските перформанси на фамилијарните наспроти нефамилијарните бизниси во време на криза.

Од добиените резултати се согледува дека доста е различен пристапот кон иновативноста кај фамилијарните бизниси во поразвиените економии наспроти македонските фамилијарни бизниси. Интересно е исто така дека во голема мера компаниите ја препознаваат нужноста и важноста на процесот на сукцесија, но наспроти тоа мал е бројот на оние кои вистински поставиле и одредени планови поврзани со сукцесијата. Потребно е да се истакне дека моменталната криза наметнува силна потреба од активно учество на помладите генерации во унапредување на бизнис-моделите кои би ги следеле можностите кои ги нудат дигиталните алатки. Соодветно на тоа може да се очекува дека самата криза покрај тоа што ќе наметне промена на многу процеси може да наметне промени или забрзување на процесите на сукцесија во македонските фамилијарни бизниси. Тоа е уште една тема која треба да се земе предвид во одредени понатамошни анализи.

Потребно е да се земе предвид фактот дека македонските фамилијарни бизниси сè уште се во својата иницијална фаза каде традицијата за повеќедецениско и повеќегенерациско постоење на одреден бизнис допрва ќе се гради па соодветно и инпутите во овој труд треба да обезбедат платформа за анализа во оваа насока, но пред сè за пронаоѓање потенцијални насоки и решенија во однос на предизвиците кои следуваат.

Користена литература

1. Alcorn, P.B., 1982. *Success and survival in the family-owned business* (p. 65). New York: McGraw-Hill.
2. Arregle, J. L., Hitt, M. A., Sirmon, D. G. and Very, P. (2007). ‘The development of organizational social capital: Attributes of family firms’. *Journal of Management Studies*, 44, 73–95.
3. Astrachan, J.H. and Shanker, M.C., 2006. Family Businesses’ Contribution to the US Economy: A Closer look in Handbook of Research in Family Business (Eds.) Poutziouris, PZ, Smyrnios, KX, and SB Klein.
4. Barnes, L.B. and Hershon, S.A., 1994. Transferring power in the family business. *Family business review*, 7(4), pp.377-392.
5. Beckhard, R. and Dyer Jr, W.G., 1983. Managing continuity in the family-owned business. *Organizational dynamics*, 12(1), pp.5-12.
6. Bloch, A., Kachaner, N. and Stalk, G., 2012. What you can learn from family business.
7. Chrisman, J. J., Chua, J. H., Kellermanns, F. W., Matherne, C. F., I. I. I., & Debicki, B. J. (2008). “Management journals as venues for publication of family business research”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(5), 927–934.
8. Churchill, N. C , and Hatten, K. J. “Non-Market-Based Transfers of Wealth and Power: A Research Framework for Family Businesses.” *American Journal of Small Business*, 1987, 11(3), 51-64 .
9. Comi, A. and Eppler, M.J., 2014. Diagnosing capabilities in family firms: An overview of visual research methods and suggestions for future applications. *Journal of Family Business Strategy*, 5(1), pp.41-51.
10. CPRM (2008), Overview of Family Business Relevant Issues – Macedonia.
11. DeDee, J.K. and Vorhies, D.W., 1998. Retrenchment activities of small firms during economic downturn: An empirical investigation. *Journal of Small Business Management*, 36(3), p.46.
12. Dyer, W.G. Jr and Whetten, D.A. (2006), “Family firms and social responsibility: preliminary evidence from the S&P 500”, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 30 No. 6, pp. 785-802.
13. Faghfour, P., Kraiczy, N.D., Hack, A. and Kellermanns, F.W. (2015), “Ready for a crisis? How supervisory boards affect the formalized crisis procedures of small and medium-sized family firms in Germany”, *Review of Managerial Science*, Vol. 9 No. 2, pp. 317-338.

14. Gomez-Mejia, L.R., Haynes, K.T., Nunez-Nickel, M., Jacobson, K.J. and Moyano-Fuentes, J. (2007), ~ “Socioemotional wealth and business risks in family-controlled firms: evidence from Spanish olive oil mills”, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 52 No. 1, pp. 106-137.
15. Habbershon, T., Williams, M., and MacMillan, I. (2003). A unified systems perspective of family firm performance, *Journal of Business Venturing*, Vol. 18, pp. 451-465.
16. Kepner, E., 1983. The family and the firm: A coevolutionary perspective. *Organizational Dynamics*, 12(1), pp.57-70.
17. Kim, Y. and Vonortas, N.S. (2014), “Cooperation in the formative years: evidence from small enterprises in Europe”, *European Management Journal*, Vol. 32 No. 5, pp. 795-805.
18. Kraus, S., Clauss, T., Breier, M., Gast, J., Zardini, A. and Tiberius, V., (2020), “The economics of COVID-19: initial empirical evidence on how family firms in five European countries cope with the corona crisis”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
19. Miller, D., Le Breton-Miller, I., Lester, R. H., & Cannella, A. A., Jr. (2007). “Are family firms really superior performers?”, *Journal of Corporate Finance*, 13(5), 829–858.
20. Minichilli, A., Brogi, M. and Calabro, A. (2016), “Weathering the storm: family ownership, governance, and performance through the financial and economic crisis”, *Corporate Governance: An International Review*, Vol. 24 No. 6, pp. 552-568.
21. Poza, E.J. and Daugherty, M.S., (2020). *Family business*. Cengage Learning.
22. Short, J.C., Sharma, P., Lumpkin, G.T. and Pearson, A.W. (2016), “Oh, the places we’ll go! Reviewing past, present, and future possibilities in family business research”, *Family Business Review*, Vol. 29 No. 1, pp. 11-16.
23. Siakas, K., Naaranoja, M., Vlachakis, S. and Siakas, E., (2014). Family businesses in the new economy: How to survive and develop in times of financial crisis. *Procedia Economics and Finance*, 9(14), pp.331-341.
24. Smyrnios, K.X., Romano, C. and Tanewski, G.A. (1997). *The Australian & Private Family Business Survey: 1997*. Available from Kosmas Smyrnios, School of Management, RMIT University, PO Box 2476V, Melbourne 3000, Victoria, Australia.
25. Ward, J (1991), *Creating Effective Boards for Private Enterprises*, Family Enterprise Publishers.
26. Ward, J. L. *Keeping the Family Business Healthy*. San Francisco: Jossey-Bass, 1987.

27. Ward, J.(1988), The special role of strategic Planning for family businesses, *Family Business Review*, 1, 105-117.
28. Ward, J.L. (1987), *Keeping the Family Business Healthy: How to Plan for Continuing Growth, Profitability, and Family Leadership*, Jossey-Bass Publishers, San Francisco.
29. Ward, J.L. (1997), Growing the Family Business: Special Challenges and Best Practices, *Family Business Review*, 10, p.323-338.
30. Ward, J.L. (2004), Perpetuating the family business: 50 lessons learned from long lasting, successful families in business, Palgrave Macmillan, New York, p.18.
31. Zahra, S. A., Hayton, J. C., & Salvato, C. (2004), “Entrepreneurship in family vs. non-family firms: A resource-based analysis of the effect of organizational culture”, *Entrepreneurship theory and Practice*, 28(4), p.363-381.
32. PricewaterhouseCoopers (2018), “PwC: China family businesses need better succession planning”, (available at: www.chinadailyhk.com; www.chinadailyhk.com/articles/163/73/130/1541685030_387.html accessed 22.07.2020)

FAMILY BUSINESS IN TIMES OF COVID CRISIS

Assoc. Prof. Aleksandra Janeska-Iliev, PhD
Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje
aleksandra@eccf.ukim.edu.mk

Jasmina Nikolovska,
Post-graduate student in MBA Management
asnic_nikolovska@yahoo.com

Abstract

Family businesses are the focus of scientific research due to their dominance in economic activities worldwide. Regardless of the size, family businesses are associated with small businesses, and in times of crisis small businesses are considered more vulnerable primarily due to limited resources. Modern analysis increases the understanding of family businesses, so appropriate topics are raised that are relevant, such as: focus on generational transitions, instead of business succession; management team and ownership as a development norm; strategic planning in the family business; promoting financial sophistication; professional management; roles that replace retirement; the role of women; professional services of the family business and increase of the offer for education and consulting services in the family business. Even more immediate crisis imposed by the KOVID pandemic is a kind of accelerator of the need for additional research and development of these segments.

In this paper, the basic parameters related to the success of family businesses are considered, especially during this pandemic that point toward a crisis. Several interesting results were obtained during the statistical processing. Most companies feel that they are ready to face the challenges associated with ownership, management and business strategy, while their readiness for succession-related processes is very limited. In terms of how they experience the COVID crisis, there are no significant differences between family and non-family businesses, and most of them estimate that it significantly affects their operations. Such results can change significantly if the research is conducted in a broader time frame, ie when the business will have more experience with the crisis.

Keywords: family business, succession, success and failure, COVID crisis

JEL classification: L20; L26