

ISSN 0489-0922

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

**ГОДИШНИК
НА ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ - СКОПЈЕ**

**ANNUAL
OF THE FACULTY OF ECONOMICS - SKOPJE**



ГОД. ЕКОН.ФАК.ТОМ 48 С. 1-397 СКОПЈЕ 2013

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

ГОДИШНИК | **ANNUAL**
на Економски факултет - Скопје | **of the Faculty of Economics - Skopje**
Том 48 (2013) Скопје 2013 | **Vol.48 (2013) Skopje 2013**

Издавач | **Publisher**
Економски факултет - Скопје | *Faculty of Economics - Skopje*

Редакциски одбор | **Editorial Board**
Проф. д-р Зорица Божиновска-Лазаревска | *Prof. Zorica Bozinovska-Lazarevska, PhD*
Проф. д-р Анита Циунова Шулеска | *Prof. Anita Ciunova Shuleska, PhD*
Доц. д-р Предраг Трпески | *Assist. Prof. Predrag Trpeski, PhD*
Доц. д-р Љупчо Ефтимов | *Assist. Prof. Ljupco Eftimov, PhD*
Асист. м-р Димитар Јовевски | *Teach. Assist. Dimitar Jovevski, MSc*

Главен и одговорен уредник | **Editor in chief**
Проф. д-р Зорица Божиновска-Лазаревска | *Prof. Zorica Bozinovska-Lazarevska, PhD*

Јазична редакција | **Proofreaders**
Љубица Деспотова-Цуревска | *Ljubica Despotova-Cureva*

Компјутерска обработка и техничко уредување | **Computer and technical processing**
САК - СТИЛ Скопје | *SAK - STIL Skopje*

Тираж | **Produced**
150 примероци | *150 copies*

Адреса на редакцијата | **Publisher's address**
Економски факултет - Скопје | *Faculty of Economics - Skopje*
Бул. Гоце Делчев бр. 9В | *Goce Delchev 9V*
1000 Скопје | *1000 Skopje*

ГОДИШНИК НА ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ – СКОПЈЕ
ANNUAL OF THE FACULTY OF ECONOMICS – SKOPJE

ГОД. ЕКОН.ФАК.ТОМ 48 С. 1–397 СКОПЈЕ 2013

СОДРЖИНА

Д-р Вера Наумовска МОБИЛНИТЕ УРЕДИ ВО Е-БИЗНИСОТ	
Prof. Vera Naumovska, Ph.D. MOBILE DEVICES IN E-BUSINESS.....	9
Д-р Весна Буцевска ОЦЕНУВАЊЕ И ПРЕДВИДУВАЊЕ НА ВРЕДНОСТА ПРИ РИЗИКОТ НА ПАЗАРИТЕ ВО ПОДЕМ: СЛУЧАЈОТ НА ПАЗАРОТ НА КАПИТАЛ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	
Prof. Vesna Bucevska, Ph.D. ESTIMATING AND FORECASTING VALUE-AT-RISK IN EMERGING MARKETS: THE CASE OF THE MACEDONIAN CAPITAL MARKET.....	23
Академик Гоце Петрески НЕТРАДИЦИОНАЛНИ ПРИСТАПИ ВО ТЕОРИЈАТА НА ЕКОНОМСКИТЕ ЦИКЛУСИ	
Academician Goce Petreski NON TRADITIONAL APPROACHES IN ECONOMIC CYCLE ANALYSIS.	35
Д-р Драге Јанев и М-р Игор Ивановски КОНЦЕПТОТ НА АСИМЕТРИЧНИТЕ ИНФОРМАЦИИ И НИВНОТО ВЛИЈАНИЕ НА ПАЗАРОТ НА ОСИГУРУВАЊЕ	
Prof. Drage Janev, Ph.D.& Igor Ivanovski, M.Sc., Junior Teaching Assistant CONCEPT OF ASYMMETRIC INFORMATION AND IMPACT ON INSURANCE MARKET.....	51
Д-р Елена Дорева ФАКТОРИ НА ПОТРОШУВАЧКА ПРИ КУПУВАЊЕТО НА ЗДРАВА ХРАНА	
Prof. Elena Doreva, Ph.D. FACTOR OF CONSUMPTION AND THEIR INFLUENCE ON BUYING HEALTHY FOOD.....	65

Д-р Зоран Миновски ПРИНОС НА СРЕДСТВА И ПОДОБРУВАЊЕ НА КОНКУРЕНТСКАТА ПРЕДНОСТ	
Prof. Zoran Minovski, Ph.D. RETURN ON ASSETS AND IMPROVEMENT THE COMPETITIVE ADVATAGE.....	79
Д-р Михаил Петковски и Д-р Елена Наумовска ФИНАНСИСКАТА РАЗВИЕНОСТ И ЕКОНОМСКАТА АКТИВНОСТ ВО ТРАНЗИЦИОНИТЕ ЕКОНОМИИ	
Prof. Mihail Petkovski, Ph.D. & Assistant Elena Naumovska Ph.D. FINANCIAL DEVELOPMENT AND ECONOMIC ACTIVITY IN THE TRANSITION ECONOMIES	93
Д-р Нада Секуловска ПАКУВАЊЕТО НА ПРОИЗВОДИТЕ - АЛАТКА ЗА ПРОМОЦИЈА НА БРЗОДВИЖЕЧКИТЕ ПРОИЗВОДИ	
Prof. Nada Sekulovska, Ph.D. PACKAGING AS A TOOL FOR PROMOTION OF FMCG.....	107
Д-р Олга Градишка-Теменугова МАРКЕТИНГ МЕНАЏМЕНТОТ – ЛУКСУЗ ЗА МАКЕДОНСКИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА	
Prof. Olga Gradiska-Temenugova, Ph.D. MARKETING MANAGEMENT – LUXURY FOR MACEDONIAN FIRMS.....	117
Д-р Ристо Христов ПРОБЛЕМОТ СО ЈАВНАТА АДМИНИСТРАЦИЈА	
Prof. Risto Hristov, Ph.D. PROBLEM WITH THE PUBLIC ADMINISTRATION.....	127
Д-р Сашо Арсов КЛУЧНИ ФИНАНСИСКИ ПАРАМЕТРИ И ДЕТЕРМИНАНТИ НА ИНВЕСТИЦИСКАТА АКТИВНОСТ НА МАКЕДОНСКИТЕ КОМПАНИИ ВО ПЕРИОД НА ГЛОБАЛНА ЕКОНОМСКА КРИЗА	
Prof. Saso Arsov, Ph.D KEY FINANCIAL PARAMETERS AND DETERMINANTS OF THE CAPITAL INVESTMENTS OF THE MACEDONIAN COMPANIES DURING THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS.....	141

Д-р Сашо Јосимовски и М-р Ивана Јанева ФАКТОРИ НА ПРИФАЌАЊЕ НА ЕЛЕКТРОНСКАТА ТРГОВИЈА КАЈ МАЛИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	
Prof. Saso Josimovski, Ph.D. & Ivana Janeva, M.Sc. FACTORS FOR ACCEPTING ELECTRONIC COMMERCE IN SMALL COMPANIES IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA	155
Д-р Славе Ристески ПОСЛЕДИЦИ И ИМПЛИКАЦИИ ОД НАДВОРЕШНИТЕ МИГРАЦИИ ВРЗ СОЦИО-ЕКОНОМСКИОТ РАЗВОЈ И ДЕМОГРАФСКИОТ РАЗВОЈ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	
Prof. Slave Risteski, Ph.D. CONSEQUENCES AND IMPLICATIONS OF EXTERNAL MIGRATION ON THE SOCIO-ECONOMIC AND DEMOGRAPHIC DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA.....	169
Д-р Снежана Ристевска-Јовановска ВИДОВИ МЕДИУМИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА И НИВНО ВЛИЈАНИЕ ВРЗ ПЕРЦЕПЦИЈАТА НА ОПРЕДЕЛЕН БРЕНД	
Prof. Snezana Ristevska – Jovanovska, Ph.D. THE TYPES OF THE MEDIA IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA AND THEIR INFLUENCE ON THE PERCEPTION OF A BRAND.....	181
Академик Таки Фити ФИСКАЛНИТЕ МУЛТИПЛИКАТОРИ ВО ПОСТКРИЗНИОТ ПЕРИОД	
Academician Taki Fiti FISCAL MULTIPLIERS IN THE POST-CRISIS PERIOD.....	195
Д-р Анита Циунова-Шулеска ВЕРУВАЊАТА НА СТУДЕНТИТЕ ВО ВРСКА СО ЕКОНОМСКАТА ПРОПАГАНДА ВО МАКЕДОНИЈА	
Associate Prof. Anita Ciunova-Shuleska, Ph.D. STUDENTS' BELIEFS ABOUT ADVERTISING IN MACEDONIA.....	211
Д-р Горан Петревски ИНТЕРАКЦИЈАТА ПОМЕЃУ МОНЕТАРНАТА И ФИСКАЛНАТА ПОЛИТИКА: ПРЕГЛЕД	
Associate Prof. Goran Petrevski, Ph.D. THE INTERACTIONS BETWEEN MONETARY AND FISCAL POLICY: A SURVEY.....	225

<p>Д-р Кирил Постолов ОДНОС СТРАТЕГИЈА НА ПРЕТПРИЈАТИЕТО И ОРГАНИЗАЦИСКАТА СТРУКТУРА- СЛУЧАЈОТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО СТОПАНСТВОТО НА МАКЕДОНИЈА</p>	
<p>Associate Prof. Kiril Postolov Ph.D. RELATIONS BETWEEN ORGANISATIONAL STRATEGY AND ORGANISATIONAL STRUCTURE-CASE OF REPUBLIC OF MACEDONIA.....</p>	239
<p>Д-р Пеце Недановски ДИЛЕМИ И ПРЕДИЗВИЦИ ВО ВРСКА СО КОНЦЕПТОТ НА „ЗЕЛЕНИ РАБОТНИ МЕСТА“ - СЛУЧАЈОТ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА</p>	
<p>Associate Prof. Pece Nedanovski Ph.D. DILEMAS AND CHALINGES FOR THE CONCEPT – GREEN JOBS – MACEDONIAN CASE</p>	251
<p>Д-р Драган Тевдовски ДАЛИ ВИКЕНД ЕФЕКТОТ Е ПРИСУТЕН ЗА ВРЕМЕ НА ФИНАНСИСКАТА КРИЗА? ДОКАЗИ ОД ИЗБРАНИ БАЛКАНСКИ БЕРЗИ НА ХАРТИИ ОД ВРЕДНОСТ</p>	
<p>Assistant Prof. Dragan Tevdovski, PhD. IS THE WEEKEND EFFECT PRESENT DURING FINANCIAL CRISIS? EVIDENCE FROM BALKANS STOCK MARKETS</p>	267
<p>Д-р Ѓорѓи Гоцков ДАНОЧНА ХАРМОНИЗАЦИЈА И ОПТОВАРУВАЊЕ ВО ЕУ</p>	
<p>Assistant Prof. Gjorgji Gockov, Ph.D. TAX HARMONIZATION AND BURDEN IN EU.....</p>	279
<p>Д-р Катерина Тошевска – Трпчевска ПОТРЕБА И ИНТЕРЕС ЗА ВОВЕДУВАЊЕ НА ПРОГРАМАТА ОВЛАСТЕН ЕКОНОМСКИ ОПЕРАТОР ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА</p>	
<p>Assistant Prof. KaterinaTosevska – Trpcevska, Ph.D THE NEED AND INTERST OF IMPLEMENTING AUTHORIZED ECONOMIC OPERATO IN REPUBLIC OF MACEDONIA.....</p>	293
<p>Д-р Предраг Трпески АНАЛИЗА НА НЕЕДНАКВОСТА ВО ДИСТРИБУЦИЈАТА НА ДОХОДИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА</p>	
<p>Assistant Prof. Predrag Trpeski, Ph.D. ANALYSIS OF INEQUALITY IN DISTRIBUTION OF INCOMES IN MACEDONIA.....</p>	305

Д-р Александар Наумовски ПРОЦЕНА НА ПРЕМИЈАТА ЗА РИЗИК НА АКЦИОНЕРСКИОТ КАПИТАЛ СО ПРИМЕНА НА ГОРДОНОВИОТ МОДЕЛ НА ДИСКОНТИРАНА ДИВИДЕНДА	
Teaching Assistant Aleksandar Naumovski, Ph.D. ESTIMATING THE EQUITY RISK PREMIUM USING THE GORDON DIVIDEND DISCOUNTING MODEL.....	317
Д-р Атанаско Атанасовски АНАЛИЗА НА ОБЛАСТИТЕ ЗА УНАПРЕДУВАЊЕ НА СМЕТКОВОДСТВЕНИОТ СИСТЕМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА СПОРЕД НОВАТА СМЕТКОВОДСТВЕНА ДИРЕКТИВА НА ЕУ 2013/34/EU	
Teaching Assistant Atanasko Atanasovski, Ph.D. ANALYSIS OF AREAS FOR OF MACEDONIAN ACCOUNTING SYSTEM TO THE NEW ACCOUNTING DIRECTIVE 2013/34/EU	331
Д-р Борче Треновски ОДГОВОР НА ФИСКАЛНАТА ПОЛИТИКА НА ГЛОБАЛНАТА ЕКОНОМСКА КРИЗА ВО Р. МАКЕДОНИЈА	
Teaching Assistant Borce Trenovski, Ph.D. RESPONSE OF THE FISCAL POLICY ON THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA.....	343
М-р Марија Трпкова - Несторовска ДОЛГОРОЧНА ВРСКА МЕГУ УВОЗОТ И ИЗВОЗОТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА: ПРИМЕНА НА КОИНТЕГРАЦИЈА И МОДЕЛ СО КОРЕКЦИЈА НА ГРЕШКА	
Teaching Assistant Marija Trpkova - Nestorovska, M. Sc. LONG RUN RELATONSHIP BETWEEN IMPORTS AND EXPORTS IN REPUBLIC OF MACEDONIA: APPLIED COINTEGRATION AND ERROR CORRECTION MODEL.....	363
М-р Никола Левков ЕВОЛУЦИЈА НА УЛОГАТА НА ИЗВРШНИТЕ ДИРЕКТОРИ ЗА ИНФОРМАЦИИ ВО БИЗНИСОТ - КОМПАРАТИВНА СТУДИЈА	
Teaching Assitant Nikola Levkov, M.Sc. THE EVOLUTION OF CIO ROLE IN BUSINESS – COMPARATIVE STUDY	377

Д-р Елена Макревска Дисоска
ВЛИЈАНИЕТО НА ЕВРО КРИЗАТА ВО РАЗВИВАЊЕТО НА
ЕВРОПСКИОТ ЕДИНСТВЕН ПАЗАР

Elena Makrevska Disoska, Ph.D. student

INFLUENCE OF THE EURO CRISIS ON THE PROSPECTS OF THE
EUROPEAN SINGLE MARKET

387

УДК:
004.738.5:339.1]:621.395.721.5

МОБИЛНИТЕ УРЕДИ ВО Е-БИЗНИСОТ

Д-р Вера Наумовска

Апстракт

Мобилните уреди од нивната појава кога служеа за кратки контакти и кратки текстуални пораки (SMS), со сè поусовришената технологија, WAP (wireless application protocol), Wi-Fi, WML (wireless markup language), bluethooth технологија, GPRS (general packet radio service), MWB-(mobile web browser)-мобилен веб пребарувач, овозможува брз контакт помеѓу имателите на мобилни уреди. Со посоефицицираните мобилни уреди (WAD-wireless mobile devices) и можностите што ги пружаат направија да станат сè попривлечни, како за свкупната популација, така и за бизнисите. Нивното безжично и користење во движење, можностите што ги пружаат на корисниците, достапните цени за нивно купување, придонесоа за нивно масовното користење, така што корисниците достигнаа бројка од 96% од светското население да се иматели на некои од мобилните уреди. Во многу ситуации м-трговијата е поуспешна од е-трговијата, иако е дел од неа или уште се смета за втора генерација на е-трговијата, особено со можноста за мобилно плаќање кое е особено популарно кај популацијата од 16-55 години, каде според спроведените анкети, 97% од имателите на смартфоните користеле извршување на плаќања преку овие мобилни уреди. Исто така и во сите видови на бизнис активности (од сферата на производството, услугите или други видови на потреби овозможувајќи постојана достапност и комуникација, како помеѓу вработените, така и во однос со клиентите, се сè поприфатени со оглед на фактот што имателот на мобилниот уред е постојано достапен.

Овој труд претставува осервација на доминацијата на м-уредите, како за широките потреби на населението, така и за потребите на бизнисите и нивната улога во економијата.

Клучни зборови: м-трговија, е-бизнис, мобилни уреди, мобилна економија, дигитална економија.

Вовед

Денес, современите бизниси бараат поврзаност во секое време и насекаде. Со постојана конекција помеѓу вработените, во релација со добавувачите, во релација со купувачите, потрошувачите и другите учесници, вклучени во бизнис работењето. Во секојдневното конкурентско бизнис опкружување кај претпријатијата се појавува неопходност од брзи резултати и инстант одговори на поефикасен начин. Тоа го овозможуваат мобилните уреди (обичните мобилни телефони, интелгентни мобилни телефони, ултра таблет компјутерите (со мал монитор од 11-15” и тежина до 1.5kg), нетбук компјутерите (монитор 9-10”, со меморија до 8GB, тенок како книга, HD до 160GB, батерија до 2 часа на издржливост и служат за основен интернет, веб пребарување и е-пошта, но со појава на таблет компјутерите, популарноста им опаѓа), така што таблет компјутерите денес се сè побројни, со сè поголеми можности и го заземаат местото на класичните комуникациски уреди: фиксен телефони, телеграф и писма, но и на десктоп компјутерите, лаптоп компјутерите со 13-17” монитор, FD, тастатура, DVD уред, аудио микрофон). (Табела бр. 1).

Табела бр.1 Мобилни уреди во светот

Испорачани мобилни уреди во светот (2012-2016), прогнози во милиони е-ци (спрема Canalys)				Учеството на користење на мобилни уреди во милиони е-ци (спрема IDC)		
Вид на уред	2012	2016	Раст 2016/2012	Вид на уред	2012 испорака	2012 пазарно учество
Фиксен телефон	122.0	58.0	-17%	Интелгентен телефон	722.4	60.1%
Основен мобилен телефон	770.8	660.9	-3.8%	Таблет компјутер	128.3	10.7%
Интелгентен телефон	694.8	1342.5	17.9%	Портабл компјутер, лаптоп, ноутбук компјутер	1202.0	16.8%
Таблет компјутер	114.6	383.5	35.3%	Десктоп компјутер	148.4	12.4%
Ноутбук компјутер	215.7	169.1	-5.9%			
Ноутбук компјутер	18.3	0.3	-65.4%			
Вкупно	1936.2	2614.2	7.8%	вкупно	1201.1	100%
Извор: Canalys (Феб. 2013)				извор: IDC (Феб. 2013)		

Аналитичарите на Canalys сметаат дека до 2016 година смартфоните (интелгентните телефони) ќе доминираат над едноставните мобилни телефони, а веќе во 2014 г. таблетите ќе доминираат во употребата над портабл компјутерите. Што се однесува до имателите на овие мобилни уреди според ITU (фе.2013), степенот на сатурација во развиените земји ќе достигне 128% на 100 луѓе (ќе имаат повеќе од еден мобиле уред), а во земјите во развој и во неразвиените земји ќе достигне 89% на 100 луѓе, или во 2012 год. 6.8 милијарди мобилни уреди се продадени, што е еквивалентно на 96% од светското население. Мобилните уреди (смартфоните, таблетите, нетбук и ултра компјутерите), многу бргу ги заменуваат местата на останатите преносливи ИТ уреди, поради малата тежина, можноста за присуство на интернет и цените по кои се продаваат/купуваат.

Затоа, во трудот ќе стане збор за улогата, местото и значењето на мобилните уреди во работењето на бизнис секторот и нивната улога во економијата.

1. Преглед на литературата и методологија

1.1.Преглед на литературата

Втората генерација на е-трговијата базира на користење на безжични, лесно преносливи ИТ уреди и се нарекува м-трговија или мобилна трговија. Термините м-трговија и мобилна трговија најчесто се дефинираат како купување и продавање на производи/услуги преку безжични мобилни уреди. Но постојат и бројни други дефиниции кои не се врзуваат исклучиво за купувањето и за продавањето. Така, од консултираната бројна литература од оваа проблематика, може да се каже дека суште не е декларирана единствена опфатност на овој термин, иако најчесто се дефинира како што е кажано погоре, како продавање / купување со мобилни уреди. Така, се среќава дефиницијата употреба на ИКТ, со цел мобилна интеграција на различни канали со финансиски резултати во бизнис процесите и менаџирање на бизнис релациите (Webagency, 2001). Некои автори најчесто м-трговијата или mobile-commerce (мобилна трговија) ја дефинираат како процес во кој трговијата е раководена со помош на мобилни уреди (мобилни телефони, смартфони или ПДА уреди). Уште се смета дека таа претставува каква било трансакција, вклучувајќи трансфер на сопственост или право на користење производи/услуги, иницирани или комплетирани со помош на мобилен пристап до компјутерски посредувани мрежи (K.N.Kamaruzaman, Y.M. Handrich, Frost & Sullivan, 2010/2011. Swilley и Hofacker го дефинираат m-Commerce во маркетиншка конотација, каде се нуди вредност низ виртуелна трансакција, при што имаме изградени персонални односи со

потрошувачите (E. Swallivey, C.F. Hofacker, 2006). Tiwari вели дека опфаќа каква било трансакција, а не само трансакција со монетарен карактер, како што е постпродажен сервис (R. Tiwari, S., 2007) или во трудот на (L. Priyambodo, F. Tjiptono, 2012, p.71), каде м-трговијата е процес на трансакции, раководени од монетарната вредност преку мобилни уреди како смартфони, PDA-(personal digital assistants) уреди или таблет компјутери. Според Chang et al. (2002), дефинирањето на м-трговија е употреба на безжична технологија, посебно на рачни мобилни уреди и мобилен интернет за трансакции, пребарување информации и изведување на дејствија во купување, B2B и интракомуникација во претпријатието, а ние би додале и интер комуникација помеѓу претпријатија. Barnes (2002) ја дефинира м-трговијата како трансакција со монетарна вредност-било директна или индиректна, што се изведува со помош на безжична телекомуникациска мрежа.

Според наше мислење (авторот на овој труд), сметаме дека L. Priyambodo и Chang, а веројатно и други автори кои не биле опсервирани во времето на изработката на овој труд, но се на оваа линија, даваат најсоодветна дефиниција, но не би го нарекле дека тоа е м-трговија, како што е општо прифатен термин, туку би го нарекле *електронско работење со/ преку мобилни уреди*, или *м-бизнис*, а не м-трговија или мобилна трговија. Ваквото мислење произлегува од фактот што мобилните уреди не се користат само во трговијата, туку и за извршување на други бизнис активности со помош на ИКТ, при што во дефиницијата на е-бизнисот (Табела бр.2), спаѓаат, односно се делови и е-трговијата и м-трговијата.

Табела бр.2 Претпријатие со е-бизнис работење

	Добавувачи	Претпријатие			е-трговија	Потрошувачи
		Менаџмент со ланец на снабдување	Back office-внатре во претпријатието	Менаџмент со односи со купувачите		
	е-трговија	Набавки	Човечки ресурси	маркетинг		
		Менаџмент со транспорт	финансии	Продажба		
		Менаџмент со магазини	Информациони технологии	Сервисирање на купувачите		
		Производни операции	Инженеринг	Пазарна интелгенција		

1.2. Преглед на методологијата на истражување

Трудот е квалитативна и дескриптивна обработка на актуелна материја од областа на е-бизнисот, поточно м-трговија или м-бизнис или е-бизнис со м-уреди. Врз база на осервации на секундарни извори на информации и податоци (истражувачки статии, официјални статистички публикации, научни публикации итн.), а со цел да се укаже на потенцијалот на мобилните уреди врз е-бизнисот како процес на постигнување на ефикасност и ефективност, но, и да укаже дека суште не е идеална замена за другите ИТ уреди, коишто работат преку интернет, поради што тие поседуваат поголема моќност, обем на пренос на информации и податоци што тие ги имаат и се во предност над мобилните уреди.

2. Значење на мобилноста за бизнисите

М-трговијата официјално беше воведена во 1997 година во Хелсинки, кога Coca-Cola на банкомат инсталирала апликација за прифаќање наплата од мобилен телефон преку SMS порака. WAP (Wireless Application Protocol) дозволува мобилните уреди да пребаруваат на интернет преку мини бровзери, потоа 3Г технологијата и безжичните POS технологии овозможуваат трансакции на м-трговија.

Мобилноста носи одредена корист за бизнисите што се однесуваат на бројни карактеристики (Răzvan Daniel Zota, 2007, p.72): во слободата на движење (се користат при патување), сеприсутност (можност за користење на уредите било каде без оглед на локацијата), локализација (може локално да се лоцира корисникот, да се понудат локални информации или услуги за корисникот), погодност (мобилните уреди се секогаш при рака), персонализација (како лични уреди чуваат лични информации), брзо реагирање (корисникот може да стигне во секое време и секаде). Но и покрај наведените погодности, мобилните уреди не се идеални за бизнис работењето поради малиот екран, лимитираната моќ на батериите и инпут/аутпут интерфејз и сèуште нема да ги заменат комплетно статичките ИТ уреди. Но, со постојаното усовршување на софтверските апликации за бизнис активностите што сега ги нудат статичките ИТ уреди, да може да се користат и за мобилни уреди и поради пристапот на вработените до нив и бизнисот е поефикасен поради употребата во движење од било кое место и во било кое време.

Покрај тоа што бизнисите кои ги применуваат мобилните уреди во своето работење имаат поефикасно извршување на бизнис активностите од една страна и од друга страна тие и самите по себе се нови бизниси за создавање и за усовршување на нови технологии, производители на мобилни уреди и апликативни софтвери за мобилни уреди, како (Samsung, Nokia, Motorola, Sharp, Panasonic, Fujitcy, Sony - Ericson, Apple, LG итн., за

(P. Tiwari, 2007; Shruti Jain, 2012) според софтверските апликации, користени во мобилните уреди, примената се среќава во: **за м-банкарство** – (банките и другите финансиски институции овозможуваат со мобилни уреди да се плаќаат сметки по различни основи, да се има увид во состојбата на сметката на клиентите и да се извршуваат куповни трансакции. Од спроведената анкета на ING (eMarketer, 2013), 37% од 12000-те испитаници кои користеле м-банкарство, корисниците се на возраст од 25-34 год., а главната причина за користење на м-банкарството е да може да си ја проверуваат состојбата на своите сметки, а со тоа и да имаат контрола на трошењето на парите, **препраќање** пари преку мобилен уред, **м-забава** (симнување на игри, слики, музика, видео фајлови во секое време и насекаде), **м-информативни услуги** – пребарување на информации за цените на одделни производи, пребарување на информации за спортски настани, за музички и други културни изведби и настани итн., **м-маркетинг**- праќање и добивање на маркетиншки пораки на мобилните уреди, **м-карти** (корисникот веднаш може да ја користи е-картата со презентирање преку мониторот на својот мобилен уред, користејќи В код технологија или NCF1 технологија, преку кои се добива е-влезница било да се работи за театарска претстава, спортски или друг културен настан, или е-авиокарта, при што е потребен само пасош да се презентира при чекирање за авион). В код технологијата се состои од испраќање на SMS текст кој се скенира од мониторот на машина за скенирање, **м-здравство** - со технологиите на м-трговија лекарите и медицинските сестри може далечински да пристапат и да ги ажурираат записите за пациентите веднаш, **м-сообраќај или локациска навигација на сообраќај** – (со GPS се одредува позицијата, движењето и насочувањето на сообраќајот на дадено подрачје, потоа контролните центри за сообраќај може да го следат сообраќајниот интензитет далечински, **м-трговија** (имателите на мобилни уреди можат преку соодветна софтверска апликација на принципот на скенирање на производи да купуваат производи и да плаќаат преку мобилни платежни софтвери, при купување на авионски карти, итн. Софтверите, како на PayPal, Google Wallet, MaterCard, PayPass Wallet, Sqaer Wallet и др., го овозможуваат мобилното плаќање и завршувањето на продажно/куповната трансакција. Во 2013 год., во Европа веќе 29% корисници на мобилни уреди имаат извршено платежни трансакции (eМаркетер, 2013), **м-ERP-enterprise resource planning**- (многу ERP производители се насочени кон изнаоѓање начини за користење на ERP со мобилен уред за далечинска размена на информации, автоматизирање на влезните податоци и изведување на трансакции од било каде и во било кое време со мобилен уред. Исто така, за да бидат овие уредипоефикасни, се надградуваат и мрежните оператори, сервис провајдерите, се развиваат нови партнерства, интероперабилност и аквизиции во бизнисите.

2.1. Бенефити и ограничувачки фактори од мобилните уреди во е-бизнисот

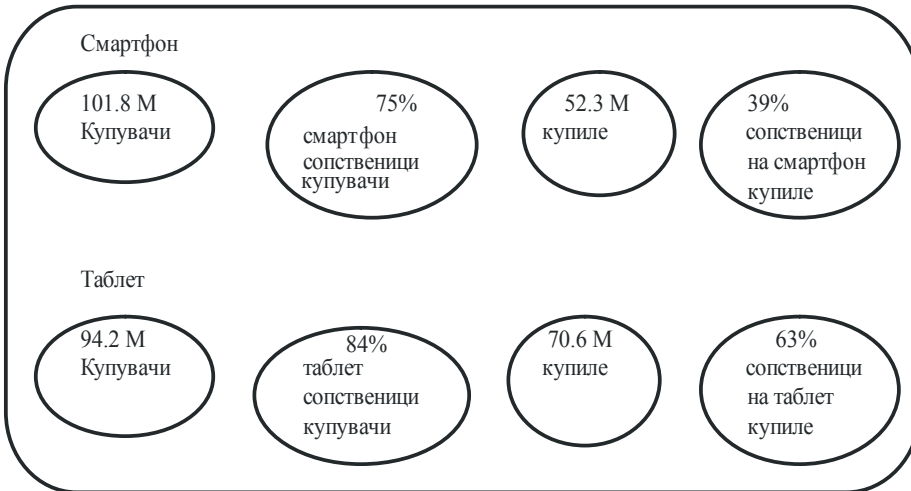
Денес, мобилните уреди не служат само за праќање на формални или на неформални SMS пораки и кратко формално и неформално разговарање за бизнис или слободни активности како во нивното почетно појавување. Тие ја најдоа својата ефикасност со бизнис активностите кои се теренски-се одвиваат во подвижност на различни локации и со мобилни уреди е можно во секој момент комуникација со базните служби на дадена компанија кои се просторно фиксно поставени, како и со други вработени кои, исто така, извршуваат теренски бизнис активности. На овој начин, м-работењето, како дел од поширокото или општото е-работење, остварува предности во: зголемувањето на продуктивноста, намалувањето на трансакционите трошоци, флексибилно оданочување, локациска и временска неограниченост, подобрување на логистиката која овозможува брза консултација и лесно одлучување. Но, има и одредени слабости или ограничувачки фактори, како: слаби процесори, ограничена меморија, мали монитори и слаба резолуција, WAP и SMS ограничени на мал број карактери и големина на текст, ограничена графика, не многу едноставен интерфејс, ограничен проток на податоци, трошоци за мобилна и широкопојасна инфраструктура итн.

3. Е-работење со мобилни уреди

Електронското работење преку мобилни уреди станува **истакнат** канал за трансакции во трговијата на мало, чии почетоци се во 1997 година, не долго по почетоците на е-трговијата која историски се врзува за компаниите Amazon и Dell, кои денес станаа водечки online компании заедно со Staples, Depot и Hewlett Packard. Сèуште најпродавани/купувани производи на WWW се музички производи, книги, канцелариски ситен инвентор, туристички производи, хотелско сместување, авио карти и други електронски производи. М-трговијата почнува да ја следи е-трговијата, поради сè помасовното користење на мобилните уреди кои во 2013 г. се: 78% од населението има мобилен телефон, 39% има таблет, 57% има смартфон, и 61% има IPA уреди. Од овие уреди, извршените трансакции на купување сè повеќе со таблети (Слика бр.1), додека со смартфоните најмногу се пребаруваат информации. Со оглед на паричните износи во трансакциите, во САД најголем број се до 50\$, а најмал над 500\$ (Слика бр. 2). Се смета дека до 2017 год. просечниот број корисници на смартфони во светот ќе достигне 49.3% од вкупниот број на мобилни корисници, или по одделни подрачја (Северна Америка 78.3%, Западна Европа 77.1%, Централна Источна Европа 69.7%, Азиско-пацифичкото подрачје 43.0%, Латинска Америка 51.2%, Африка и Среден Исток 43%, што, навистина,

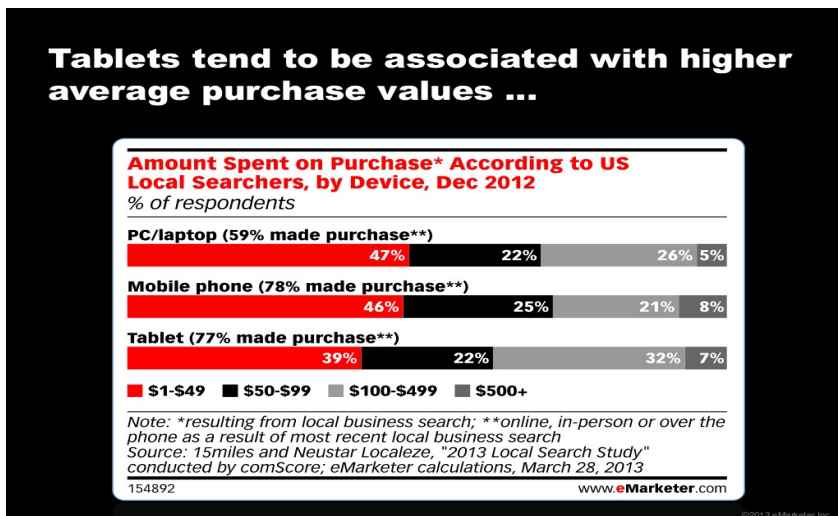
значи постојан развој на електронското работење со мобилни уреди. (eМаркетер, 2013).

Сл.1. Релации во поглед на купувања од мобилен уред (смартфон и таблет)



Извор: <http://www.emarketer.com/Webinar/How-Mobile-Transforming-Path-Purchase/4000066#Ioogt8GpYrZwrL5J.99>

Сл.бр. 2 Парични износи на извршените трансакции



Извор: <http://www.emarketer.com/Webinar/How-Mobile-Transforming-Path-Purchase/4000066#Ioogt8GpYrZwrL5J.99>

4. Мобилна и дигитална економија

Поврзаноста на комуникациската достапност насекаде, до секого и во секое време со ИКТ, денес достигна бројка од преку 2,4 милијарди интернет корисници и преку 6 милијарди корисници на мобилни уреди, регистрирани во 2012 г. Безжичната комуникациска технологија во светот се шири со таква брзина како ниедна друга технологија. Мобилната комуникација која почна како сервис со гласовна и SMS (short massaging service) пораки се дополни со праќање на слики и видео/аудио клипови (MMS), потоа со купување/продавање на производи/услуги, секаков вид на сервисна комуникација, почнувајќи од здравство, туризам, фармација, државна и локална администрација итн.

Ширењето и прифаќањето на интернетот во сите сфери на економијата направи во литературата да се среќаваат повеќе термини како “нова економија”, “дигитална економија”, “интернет економија”, “информатичка економија”, “мрежна економија”, “е-економија”, “мобилна економија” и други термини. Користењето на интернетот за комерцијални цели и поврзаноста на ентитетите го сочинува мрежниот ефект каде трансакцијата помеѓу двајца учесници вовлекува и трет учесник како екстерен, при што мора да постои интероперабилност во поглед на опремата, мрежите и апликациите, односно е економија на обем на страна на побарувачката (demand side scale economies). Така, уважувањето на Ziaul Hoq за мислењето на Shapiro & Varian (1999, p.173), според кои “економијата во класичната индустрија беше раководена од економијата на обем”, а новата информатичка економија е водена од мрежната економија на обем. Shapiro (1999, p.1) суштината на ефектот на мрежната економија ја опишува како „место, каде потрошувачите добиваат поголема вредност во поголемите мрежи отколку во помалите“. Така, мрежните ефекти се применуваат во реални мрежи, како и во мрежи на корисници на телефони или на виртуелни компјутерски мрежи (Apple Machintosh корисници) итн. За информатички интензивни индустрии, економијата на обем според Shapiro & Varian ги опфаќа страната на понудата и на побарувачката (demand and supply scale economies), наречени **whummy**, каде растот на страна на понудата ги смалува трошоците на страна на побарувачката и го прави производот попривлечен и за други корисници-забрзан раст во понудата уште повеќе, тоа е јак feedback повраток, предизвикувајќи во потполност индустриите да бидат креирани или уништени многу повеќе отколку во развојот на класичната индустриска ера.

Производите на ИКТ постојано се усовршуваат и дружаат производи со појаки перформанси, а со пониски цени, така што ги поттикнуваат останатите области во бизнисот и во општествените дејности во кои наоѓаат примена поради постигнување на поефикасно работење сè повеќе да ги применуваат. Така, во микроелектрониката (мемориските чипови,

хард дисковите што се појавуваат на пазарот се со појаки перформанси и со пониски цени, така што компјутерската опрема во која се вградуваат поефтинува и станува подостапна и помасовна да се купува. Потоа, принтерите и другите периферни компјутерски уреди се поефикасни и со подобри перформанси, а поефтини. Исто така и трошоците за процесирање, сместување, чување и презентирање на податоци (софтверски апликативни програми се сè помоќни, поефтини, но и поедноставни за ракување. Потоа, технологијата на оптички фибер, радио и сателитски пренос се со сè пониски цени, што влијае и комуникациските услуги да поефтинуваат.

Економиите, базирани на знаење се однесуваат на софистицирани производи, сервисирање на потрошувачите пост продажно, односно класичната посета на клиентот на центарот за информации и публикувањето на екстензивна (на хартија изготвена документација) се намалува, а се зголемува со интернет пристапот, каде потрошувачите имаат пристап до бази на податоци од каде црпат информации со што имаме пониски трошоци на сервисирање. Поради помалиот број на вработени што во традиционалниот облик преку личен контакт вработените би ги пружале на клиентите, сега не се потребни зашто клиентите ги добиваат преку базите на податоци за сите видови на сервисирања преку WS. Исто така, комуникацијата преку интернет овозможува понавремена, побрза и со понизок обем и време на чување на залихи на инпути и на готови производи, потоа можност за кастамизација на производите според желбите и потребите на потрошувачите, што е поприлично застапено при купувањето на компјутери и на автомобили. Потоа, дистрибутивните трошоци кај недопирливи производи се пониски, како и кај финансиските услуги, на софтверите и на патните исправи, документи за превоз, е-карти во авио превозот, потоа во секторот на музиката, во дневни, неделни и магазински изданија за новости имаат многу мали дистрибутивни трошоци. Исто така, свои предности има и во е-трговијата со допирливи производи, но и во групното купување кое ги поефтинува трансакционите трошоци кога се спроведува на локално ниво.

Развиените земји, поради својата економска моќ, се, во основа, двигатели на развојот, на адаптирање и прифаќање на иновации за натамошен развој. Тие се и огледало за неразвиените да ги следат колку што можат повеќе, наметнувајќи им ја синтагмата „прифати, прилагоди се или умри-исчезни“. Ако оваа синтагма во поглед на користењето на ИКТ биде сериозно сфатена од земјите во развој и од неразвиените земји, корисноста за нив е: можност да се излезе интернационално, микрофинансиските институции ќе можат да бидат присутни во полуурбаните и во руралните средини, ММСП (микро, мали и средни претпријатија) можат своите производи да ги направат достапни на глобално ниво, м-банкарството преку смалени трансакциски трошоци го зголемува пристапот за финансиски услуги на мобилниот пазар.

ИКТ апликациите ги подобруваат инфорамциите и управувањето со знаење во фирмите и ги намалуваат трансакционите трошоци и ја зголемуваат брзината и безбедноста на трансакциите во интра и интер бизнис процесите. Дополнително, тие се ефективни алатки за подобрување на екстерната комуникација и квалитет на услуги за постоечките и за новите потрошувачи.

Заклучок

Денес, бизнисите, а и другите институции и населението ја чувствуваат погодноста на безжичните мобилни уреди во задоволувањето на нивните секојдневни потреби. Особено во растечкото конкурентско опкружување, на претпријатијата им се потребни брзи комуникации и брзи резултати што им го овозможуваат безжичните мобилни уреди. Така, инстант пораките, гласовните услуги, LAN пристапот во реално време, мрежениот пристап во движење и при патување, влијаат на поголена ефикасност кај претпријатијата и се битни предности на е-бизнисот со мобилни уреди. М-трговијата или е-бизнисот со безжични мобилни уреди секојдневно пружаат нови можности и брзи комуникации во реално време. Затоа, целта на трудот беше да укаже како се зголемуваат погодностите во бизнис работењето, ефектите и резултатите од работењето со користење на безжичните мобилни уреди.

Библиографија

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl, & J. Beckmann, *Action control: From cognition to behavior* (pp.11-39). New York: Springer Verlag.
- Barnes S. J., (2002), „The mobile commerce value chain: Analysis and future developments,“ *International Journal of Information Management*, Vol. 22, No. 2, pp. 91-108.
- Chang, S. S., Fang, X., Brzezinski, J., Zhou, Y., Xu, S. and Lam, J., (2002), „Usability for mobile commerce across multiple form factors,“ *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 3, No. 3, pp. 187-199.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13 (3), 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R., & Warshaw, P. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two. *Management Science*, 35 (8), 982-1003.
- Mobile Banking Takes Off Among Europe's Younger Web Users, (Aug 5, 2013), <http://www.emarketer.com/Article/Mobile-Banking-Takes-Off-Among-Europes-Younger-Web-Users/1010103>.
- Kamaruzaman K. N., Y. M. Handrich, Frost & Sullivan, (2010/11), „e-Commerce Adoption in Malaysia: Trends, Issues and Opportunities,“ *ICT Strategic Review 2010/11 e-Commerce for global research*, pp. 89 – 134.

- Mangiaracina Riccardo, Alessandro Perego and Angela Tumino, (2005), Re-designing Retail Stores with Mobile and Wireless Technologies International Journal of Engineering Business Management, www.intechopen.com.
- Priyambodo L., Fandy Tjiptono, (2012), M-Commerce in Indonesia: Problems and Prospects, *International Journal of Computer Applications & Information Technology* Vol. I, Issue II, September 2012 (ISSN: 2278-7720).
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovation* (5th ed.). New York: The Free Press.
- Shapiro, C. (1999), 'Exclusively in Network Industries', *George Mason Law Review*, p. 1- 11.
- Shapiro, C. and Varian, H. (1999), 'Information Rules: A Strategic Guide to the New Economy', *Harvard Business School Press*, Boston. p. 30.
- Shruti Jain, (2012), Mobile Commerce: A Review, International Journal of Computers & Technology, Volume 3 No. 2, OCT, 2012, www.ijctonline.com ISSN: 2277-3061
- Schwarz, G.M. "The Social Study of Information and Communication Technology: Innovation, Actors, and Contexts," *Administrative Science Quarterly* (50:1), 2005, pp. 152-155.
- Swilley E., C. F. Hofacker, (2006), "Defining Mobile Commerce in A Marketing Context," International Journal of Mobile Marketing, December 2006, Vol, 1 No.2.
- Tiwari R., S. Buse, (2013), "The Mobile Commerce Prospects: A Strategic Analysis of Opportunities in Banking Sector," Hamburg University Press, Hamburg, 2007. <http://mobithinking.com/mobile-marketing-tools/latest-mobile-stats/a#topmobilemarkets>.
- Ziaul Hoq, Md. Shawkat Kamal, A H M Ehsanul Huda Chowdhury, (2005), The Economic Impact of E-commerce, *BRAC University Journal*, Vol. II, No. 2, 2005, pp. 49-56.
- Zota R. D., (2007), New Trends and Solutions in Mobile Business, *Revista Informatica Economica*, nr. 4 (44)/2007.
- Vrgović Petar, Ivana Jošanov –Vrgović, Borislav Jošanov, SMS Information Service: Innovative Thinking for the Successful Solution, *Management Information Systems*, Vol. 6 (2011), No. 3, pp. 022-028.

MOBILE DEVICES IN E-BUSINESS

Vera Naumovska Ph.D.

Abstract

Mobile devices in its history when were used only for short voice call and short messaging services (SMS), latter with perfection technology, WI-FI-wireless high fidelity, WAP- wireless application protocol, WML-wireless markup language, Bluetooth technology, GPRS-general packet radio service, MWB- (mobile web browser), enable wide possibilities in direct access of communication between owners of mobile devices. Most of the authors who wrote about the adoption of mobile services, advocate that the most useful in explaining mobile service acceptance of an early adopter are 3 well known accesses: technology acceptance model (TAM (Davis, 1989), (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989), modified theory of acceptance behavior (MTB) (Ajzen, 1985) and innovation diffusion theory (IDT) (Rogers, 2003).

More and more sophisticated mobile devices (WAD-wireless mobile devices), with the possibilities which offer to users of it's, done to be more and more attractive as for all population, also for businesses. Its wireless and moving usage, the possibilities which offer to users, accessible prices for buying, done for its mass usage, therefore we have about 96% of world population to possess some of mobile device. In many situations m-commerce is more successful than e-commerce, even that is part of its, and also represent second generation of e-commerce, special for possibilities for mobile payment which is popular between population of age 16-55, where toward done surveys, 97% of owners of smart phones have done payment through these mobile devices. Also, in all business activities (in fields of manufacturing, services or other kind of needs, enabling continuously access and communication between employees, and toward clients and are more accepted because the owners of mobile device are attainable in continuity (wherever, whenever and anytime to use the Internet..

This paper represents observation of domination of m-devices for wide needs of population, and for needs of businesses and its role in economy.

Key words: *m-commerce, e-business, mobile devices, mobile economy, digital economy.*

**ОЦЕНУВАЊЕ И
ПРЕДВИДУВАЊЕ НА
ВРЕДНОСТА ПРИ РИЗИКОТ
НА ПАЗАРИТЕ ВО ПОДЕМ:
СЛУЧАЈОТ НА ПАЗАРОТ НА
КАПИТАЛ ВО РЕПУБЛИКА
МАКЕДОНИЈА**

УДК:
336.76:330.131.7]:330.43(497.7)

Д-р Весна Буцевска

Апстракт

Во трудот се истражува апликативноста на економетрискиот пристап во оценувањето и во предвидувањето на вредноста при ризикот (VaR) на пазарите на капитал во подем. За таа цел се врши тестирање на успешноста на широкиот спектар симетрични и асиметрични генерализирани авторегресивни условно хетероскедастични (GARCH) модели во оценувањето и во предвидувањето на волатилноста на македонскиот пазар на капитал, користејќи ги дневните приноси на Македонскиот берзански индекс – МБИ 10 во периодот од 4 јануари 2005 година до 31 октомври 2011 година. Резултатите од ова емпириско истражување покажуваат дека асиметричните GARCH модели (EGARCH моделот и GARCH-GJR моделот) се поуспешни во оценувањето и во предвидувањето на параметрите на вредноста при ризикот на македонскиот финансиски пазар отколку симетричните модели.

Клучни зборови: *вредност при ризик, GARCH модели, предвидување на волатилност, финансиска криза, Република Македонија.*

Вовед

Како резултат на растечката финансиска нестабилност во почетокот на седумдесеттите години од минатиот век, предизвикана од воведувањето на финансиските деривативи и флукуирачките девизни курсеви и одговорот на регулаторите на пропаѓањето на неколку поголеми финансиски институции во светот, се развија повеќе методи за мерење на финансиските ризици. Меѓу нив, најпознат е методот на вредноста при ризикот (Value-at-Risk – VaR). Вредноста при ризикот (VaR) се дефинира како најлоша загуба во определен временски хоризонт со одредено ниво на

доверба (Jorion, 2006). Неговата популарност особено се зголеми по 1994 година, кога JP Morgan ја објави својата методологија наречена RiskMetrics на интернет, по што многу банки развија свои мерки на вредноста при ризикот.

Важноста од прецизно квантифицирање на финансиските ризици и оценување и предвидување на пазарните загуби порасна по последната глобална финансиска криза од 2008-2009 година. Не помина многу време откако светот се созеде од тешките последици на најострата финансиска криза по Големата депресија, а сега повторно се соочува со нова криза – европската должничка криза, што уште повеќе ја засилува потребата од точно мерење и предвидување на евентуалните пазарни загуби. Ова се однесува не само на развиените финансиски пазари, туку и на финансиските пазари во подем.

За разлика од финансиските пазари на развиените земји, пазарите на капитал во земјите во развој се карактеризираат со недоволна ликвидност, мал обем на тргување и асиметрични и мал број денови на тргување со одредени хартии од вредност (Andjelić et. al., 2010). Во своето истражување на 16 земји во развој во Европа, Латинска Америка и Азија, Dimitrakopoulos et. al. (2010) дошле до заклучок дека просечните дневни приноси на овие финансиски пазари се безначајно поголеми од нула, а волатилноста на приносите е два пати поголема од волатилноста на приносите на пазарите на развиените земји. Освен тоа, сериите на приносите покажуваат значајни позитивни или негативни коефициенти на асиметрија, а вредностите на сплоснатост на пазарите на капитал во подем се во просек повисоки од оние на развиените земји, што упатува на заклучок дека станува збор за емпириски распореди на приноси со подебели опашки од нормалните распореди. Batten and Szilagyi (2011) истакнуваат дека волатилноста на пазарите на капитал во земјите во подем се карактеризира со комплексна динамика, особено во време на кризи.

Гореопишаните разлики помеѓу финансиските пазари во развиените земји и земјите во развој, растечкиот интерес на финансиските инвеститори да инвестираат во финансиските пазари кои се во подем и големата финансиска чувствителност на овие пазари, ја нагласуваат важноста од прецизно мерење и предвидување на пазарните ризици и на евентуалните пазарни загуби.

Целта на овој труд е тестирање на релативната успешност на широкиот спектар симетрични и асиметрични генерализирани авторегресивни условно хетероскедастични (GARCH) модели од аспект на оценување и предвидување на волатилноста на македонскиот пазар на капитал, користејќи ги дневните приноси на Македонскиот берзански индекс – МБИ 10 во подолг период, кој се протега од 4 јануари 2005 година до 31 октомври 2011 година.

Резултатите од емпириското истражување покажуваат дека асиметричните GARCH модели (EGARCH моделот со нормален и

Студентов t -распоред и GARCH-GJR моделот) се поуспешни во оценувањето и во предвидувањето на вредноста при ризикот на македонскиот финансиски пазар, отколку симетричните модели.

Остатокот од трудот е структуриран на следниов начин. Во второто поглавје се презентирани податоците и дескриптивните статистики. Резултатите од емпириското истражување се објаснети во третото поглавје. Врз основа на овие резултати, во четвртото поглавје извлекуваме заклучоци.

1. Податоци и дескриптивни статистики

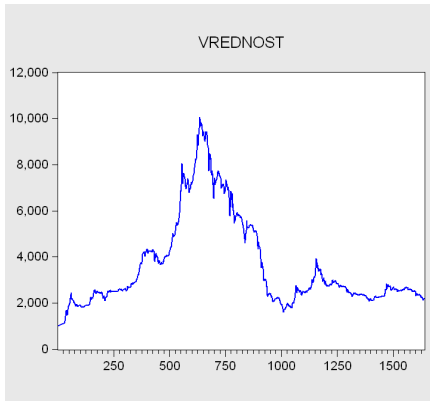
Во овој труд ја испитуваме релативната успешност на следниве симетрични GARCH модели: GARCH (1,1) модел со нормален и Студентов t -распоред и GARCH-M моделот и асиметричните GARCH модели: EGARCH (1,1) со нормален и Студентов t -распоред и APARCH (1,1) моделот од аспект на оценување и предвидување на VaR на Македонската берза на хартии од вредност во подолг временски период, кој опфаќа кризни и мирни периоди. За земјите во развој, како Македонија, голем проблем во спроведувањето на сериозна и статистички значајна анализа е кратката историја на нивните пазарни економии и активното тргување на финансиските пазари (Andjelić et. al., 2010). Поради тоа, Andjelic et. al. (2010) сугерираат да се анализираат индексите на државите, наместо приносите од индивидуалните акции, кои се карактеризираат со кратки временски серии. Индексите на акциите на државите претставуваат портфолио од избрани акции на пазарот на индивидуални акции. Поради горенаведените причини, во овој труд користиме податоци за временски серии на дневните приноси на Македонскиот берзански индекс—МБИ 10. МБИ 10 е ценовен индекс, пондериран со пазарната капитализација, кој се состои од 10 котирани обични акции избрани од Комисијата на Македонскиот берзански индекс.

Податоците за нашето истражување ги преземаваме од официјалната веб страница на Македонската берза, www.mse.org.mk. VaR го пресметавме за еден ден однапред, со ниво на доверба (покриеност на пазарниот ризик) од 95% и 99%. Податоците се однесуваат на периодот од 4.1.2005 година до 31.10.2011 година и содржат 1638 опсервации. Дневната

стапка на принос е пресметана како $r_t = \log\left(\frac{x_t}{x_{t-1}}\right) \times 100$, каде што x_t е

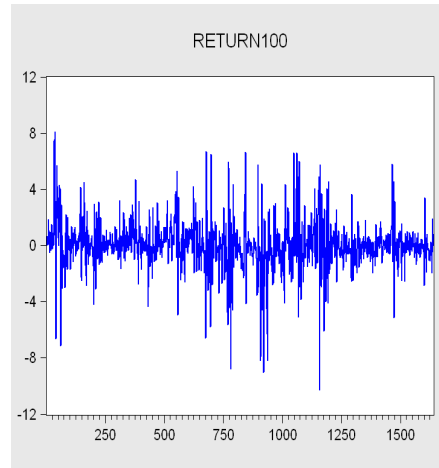
дневната вредност на берзанскиот индекс на затворање на денот t . Дневните вредности на затворање на МБИ-10 и нивните приноси се прикажани на Графиконот 1 и Графиконот 2.

Графикон 1: Дневни вредности на затворање на МБИ-10 во периодот од 4.1.2005 година до 31.10.2011 година



Извор: Официјалната веб страница на Македонската берза, www.mse.org.mk

Графикон 2: Дневни приноси на МБИ-10 во периодот од 4.1.2005 година до 31.10.2011 година

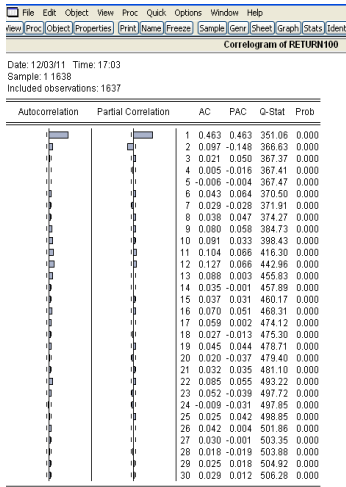


Извор: Официјалната веб страница на Македонската берза, www.mse.org.mk

Како што може да се види од Графиконот 1, вредностите на затворање на МБИ-10 покажуваат случаен од, а од Графиконот 2 се гледа дека овие дневни приноси се стационарни.

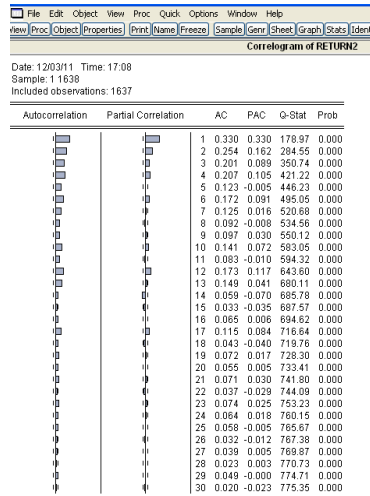
Понатаму, со помош на ACF, PACF и коригираната во однос на средината Ljung-Box-ова Q -статистика го тестираме постоењето на автокорелација во логаритмираните приноси, а со ACF, PACF, Ljung-Box-овата Q -статистика и ARCH тестот на Engle го тестираме постоењето на автокорелација во квадрираните логаритмирани приноси (види Графикон 3 и 4). Кога ќе се детектира автокорелација во логаритмираните приноси, тогаш се врши прилагодување на најсоодветниот ARMA (p,q) модел на податоците. Ако се открие автокорелација во квадрираните логаритмирани приноси, тогаш најсоодветниот GARCH модел се прилагодува на ARMA филтрираните податоци за да се отстрани хетероскедастичноста од сериите.

Графикон 3: Корелограм на дневните приноси на МБИ-10 во периодот од 4.1.2005 година до 31.10.2011 година



Извор: Сопствени пресметки на авторот.

Графикон 4: Корелограм на квадрираните дневни приноси на МБИ-10 во периодот од 4.1.2005 година до 31.10.2011 година

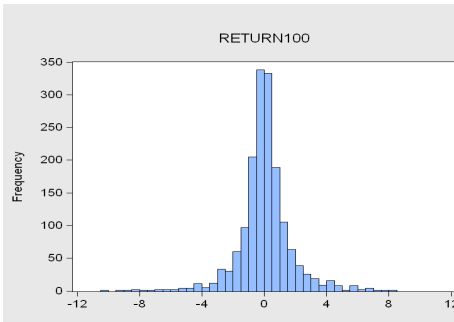


Извор: Сопствени пресметки на авторот.

Ljung-Vox-овата Q -статистика на првото, десеттото и дваесеттото задоцнување на функциите на автокорелација за сериите на приноси покажуваат значајни сериски корелации. Со примена на Ljung-Vox-овата Q -статистика на квадрираните приноси на берзанскиот индекс на триесеттото задоцнување и ARCH тестот на Engle на десеттото задоцнување откриваме присуство на ARCH ефекти во сите серии.

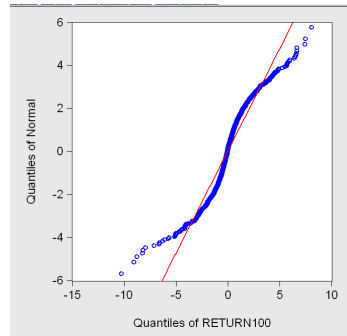
Емпириските распореди на стапките на дневните приноси на МБИ-10 отстапуваат од нормалниот распоред. Имено, сериите на приносите покажуваат значајни негативни коефициенти на асиметричност. Исто така, вредноста на сплоснатоста е висока, што укажува на тоа дека опашките на распоредот се подебели од опашките на нормалниот распоред. Вредностите на сплоснатост и асиметрија не се во согласност со Jarque-Berra-овиот тест, поради што се отфрла хипотезата за нормален распоред. Хистограмот на сериите на приносите, како и Q-Q дијаграмот, којшто графички ги прикажува квантилите на сериите на приносите во однос на квантилите на нормалниот распоред (види Графикон 5 и Графикон 6) покажуваат постоење на низок степен на усогласеност на емпирискиот со нормалниот распоред.

Графикон 5: Хистограм на дневните приноси на МБИ-10 во периодот од 4.1.2005 година до 31.10.2011 година



Извор: Сопствени пресметки на авторот.

Графикон 6: Q-Q дијаграм на дневните приноси на МБИ-10 во периодот од 4.1.2005 година до 31.10.2011 година



Извор: Сопствени пресметки на авторот.

Дескриптивните статистики на логаритмираните дневни приноси на МБИ-10 се сумирани во Табелата 1.

Табела 1: Дескриптивни статистики на логаритмираните дневни приноси на МБИ-10 во периодот од 4.1.2005 година до 31.10.2011 година

Mean	0.047718
Median	0.000000
Maximum	8.089667
Minimum	-10.28315
Std. Dev.	1.669833
Skewness	-0.142516
Kurtosis	8.621089
Normality tests:	
Jarque-Berra statistic	2160.696
p-value	0.000000
Lilliefors	0.105779
p-value	0.0000
ARCH tests:	
$Q^2(10)$	398.43
$Q^2(30)$	506.28
Unit root tests	
ADF	-24.31800
P-P	-23.82740

Извор: Сопствени пресметки на авторот.

2. Емпириски резултати

Погоре добиените дескриптивни статистики отвораат простор за експлицитно моделирање на опашките на емпирискиот распоред на стапките на приноси на МБИ-10 и економетриска оценка на параметрите на вредноста при ризикот. Бидејќи сериите на приносите на МБИ-10 покажуваат ARCH ефект, за економетриско оценување на параметрите на вредноста при ризикот ги применуваме моделите од групата на генерализирани авторегресивни условно хетероскедастични (GARCH) модели. Од широкиот спектар GARCH модели ги оценуваме следниве симетрични GARCH модели: GARCH (1,1) модел со нормален и Студентов t -распоред и GARCH-M моделот и асиметричните GARCH модели: EGARCH (1,1) со нормален и Студентов t -распоред и APARCH (1,1) моделот.

Параметрите на оценетите модели и резидуалните тестови на автокорелација, нормалност и условна хетероскедастичност се дадени во Табелата 2.

Со цел да тестираме дали гореоценетите GARCH модели адекватно го опфаќаат постоењето на волатилност и за да провериме дали останал ARCH ефект во резидуалите на моделите, повторно го спроведуваме ARCH-LM тестот. Вредностите p на LM тестот, стандардизираните резидуали и квадрирани стандардизирани резидуали се прикажани во Табелата 2.

Табела 2: Оценетите GARCH модели за дневните приноси на МБИ-10 во периодот од 4.1.2005 година до 31.10.2011 година

	GARCH модел со нормален распоред	GARCH модел со t -распоред	EGARCH модел со нормален распоред	EGARCH модел со t -распоред	GARCH-GJR модел	APARCH модел	GARCH-M модел
α_0	0.087431	0.148792	-0.350552	-0.45467	0.087769	0.08684	0.08825
α_1	0.341887	0.616105	0.531594	0.707199	0.317027	0.35172	0.343828
β_1	0.678329	0.496508	0.926836	0.894767	0.676317	0.65768433	0.676518
γ			-0.022556	-0.02515	0.05752		
ω						0.038661	
δ						2.293229	
Skewness	-0.08624	0.375647	-0.069929	-0.326184	-0.05571	-0.018	-0.08318
Kurtosis	6.393503	9.036263	6.589356	7.937363	6.371928	6.99597	6.408877
Jarque-Bera	787.0259	2522.229	879.5571	1690.747	775.8943	746.5873	794.0132
ARCH(10)	13.59327	9.128892	11.70619	8.441547	12.77610	12.25137	12.97106
Prob	0.1924	0.5199	0.3052	0.5858	0.2365	0.2686	0.2253
$Q^2(30)$	26.352	17.69	26.512	20.512	25.980	25.243	25.576
Prob	0.657	0.963	0.649	0.903	0.676	0.713	0.697

Извор: Сопствени пресметки на авторот.

Резултатите од дијагностичките тестови потврдуваат дека GARCH моделите се точно специфицирани. Статистиките Q за стандардизирани и за квадрирани стандардизирани резидуали се незначајни со високи p вредности за сите модели, што укажува на тоа дека GARCH моделите се успешни во моделирањето на структурата на сериската корелација во условните средини и условните варијанси. Треба да нагласиме дека во оценетите модели нема ARMA компоненти. Параметрите на моделот се оценети со примена на ВННН алгоритмот (Berndt et. al., 1974).

Според тестот на Engle и Ng (1993) за знакот и големината на пристрасноста, постои силен доказ за асиметрични ефекти, што го оправдува користењето на асиметричните GARCH модели (види ги Слика 1 и Слика 2).

Слика 1: Сложениот тест на Engle и Ng за знакот и големината на пристрасноста

Dependent Variable: REZIDUALI^2
Method: Least Squares
Date: 12/04/11 Time: 15:31
Sample (adjusted): 2 1636
Included observations: 1635 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.028513	0.277241	7.316785	0.0000
S	-0.027773	0.382523	-0.072604	0.9421
S*REZIDUALI(-1)	-1.292626	0.162438	-7.957645	0.0000
S2*REZIDUALI(-1)	1.650619	0.161120	10.24468	0.0000
R-squared	0.093985	Mean dependent var	2.790783	
Adjusted R-squared	0.092318	S.D. dependent var	7.696207	
S.E. of regression	7.332355	Akaike info criterion	6.824914	
Sum squared resid	87688.16	Schwarz criterion	6.838124	
Log likelihood	-5575.367	Hannan-Quinn criter.	6.829814	
F-statistic	56.39693	Durbin-Watson stat	1.692190	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Извор: Сопствени пресметки на авторот.

Слика 2: Сложената тест статистика на Engle и Ng

Wald Test:
Equation: EQENGLENGJOINT

Test Statistic	Value	df	Probability
F-statistic	56.39693	(3, 1631)	0.0000
Chi-square	169.1908	3	0.0000

Null Hypothesis Summary:

Normalized Restriction (= 0)	Value	Std. Err.
C(2)	-0.027773	0.382523
C(3)	-1.292626	0.162438
C(4)	1.650619	0.161120

Restrictions are linear in coefficients.

Извор: Сопствени пресметки на авторот.

Со цел да се опфати динамиката на процесот на добивање податоци и присуството на левериц ефектот во МБИ-10, ги оценуваме нелинеарните асиметрични модели: EGARCH моделот и GJR-GARCH моделот. Коефициентот γ во GJR-GARCH моделот е статистички значаен на ниво на значајност од 10%, што имплицира дека серијата не е симетрична. Ова веќе го откривме со претходно спроведената дескриптивна анализа, кога сериите покажаа негативна асиметричност. Позитивната вредност на параметарот укажува на присуство на левериц ефект. Присуството на левериц ефектот во EGARCH моделот може да биде откриен со тестирање на хипотезата $\gamma < 0$, при што ефектот е асиметричен кога γ не е еднаква на нула. Параметарот γ во овој модел е значајно различен од нула, што укажува на присуство на асиметрија и исто така е помал од нула, што укажува на левериц ефекти. Врз основа на оценетите параметри на моделот, ги предвидовме идните стапки на приноси и волатилност за еден ден однапред. Овие предвидени вредности се неопходни за оценка на VaR. Оценетите вредности на параметрите на вредноста при ризикот за еден ден однапред, како и веројатностите од 95% и 99% се прикажани во Табелата 3.

Табела 3: Економетриска оценка на параметрите на VaR за еден ден однапред со GARCH модели

Модел	GARCH модел со нормален распоред	GARCH модел со t-распоред	EGARCH модел со нормален распоред	EGARCH модел со t-распоред	GARCH-GJR модел	APARCH модел	GARCH-M модел
Предвиден принос	0.000221	0.00253	0.0353593	-0.01125	0.010914	0.009595	0.00057
Предвидена условна варијанса	1.987176	2.265073	0.2915608	0.318978	2.009108	1.81075	1.94167
VaR 0.95	-2.32574%	-2.48075%	-1.873595%	-1.94655%	-2.32785%	-2.21071%	-2.2986%
Var 0.99	-3.77343%	-3.63673%	-3.88041%	-1.35775%	-1.46839%	-3.46216%	-3.5945%

Извор: Сопствени пресметки на авторот.

Треба да се подвлече дека оценетите параметри на VaR со примена на GARCH моделите се негативни. Негативниот предзнак обично се игнорира, со оглед на тоа што се работи за индикатор на пазарна загуба (Tsay, 2010).

Оценката на параметрите на вредноста при ризикот на Македонската берза може да се интерпретира на следниов начин: Со веројатност од 95% може да очекуваме дека максималната загуба, ако поседуваме акции кои го формираат берзанскиот индекс МБИ-10 во

вредност од, на пример 10.000,00 денари, нема да биде поголема од 224 денари во период од еден ден.

Заклучок

Во овој труд ја оценивме апликативноста на економетрискиот пристап во оценувањето и во предвидувањето на параметрите на вредноста при ризикот (VaR) на Македонската берза. Користејќи ги дневните приноси на Македонскиот берзански индекс МБИ-10 ја тестиравме релативната успешност на следниве симетрични GARCH модели: GARCH (1,1) модел со нормален и Студентов t -распоред и GARCH-M моделот и асиметричните GARCH модели: EGARCH (1,1) моделот со нормален и Студентов t -распоред и APARCH (1,1) моделот во текот на подолг временски период (од 4.1.2005 година до 31.10.2011 година), кој опфаќа мирни и кризни години.

Дескриптивните статистики на МБИ-10 покажуваат присуство на сплоснатост и асиметрија. Со спроведување на ARCH-LM тестот на различни заостанувања, откривме високо присуство на ARCH ефект во резидуалите, како и групирање на волатилноста во кластери (по малите промени, најчесто следи мала промена, а по големите промени, голема промена). Применувајќи го истиот тест на резидуалите добиени од неколкуте оценети GARCH модели, не откривме постоење на ARCH ефект. Исто така, констатиравме дека стандардизираните резидуали и стандардизираните квадрирани резидуали имаат бел шум.

Со ова емпириско истражување потврдивме дека резултатите од економетриското оценување на VaR зависат од специфицираниот GARCH модел. Врз основа на добиените резултати заклучивме дека најадекватни GARCH модели за оценување и превидување на параметрите на вредноста при ризикот на македонскиот пазар на капитал се асиметричните GARCH модели, поточно EGARCH моделот со Студентов и нормален распоред и GARCH-GJR моделот.

Референци

- Andjelić, G., Djaković, V. and Radišić, S., (2010), Application of VaR in emerging markets: A case of selected Central and Eastern European Countries, *African Journal of Business Management* 4(17), pp. 3666-3680.
- Batten, J.A. and Szilagyi, P.G., (2011), The Impact of the Global Financial Crisis on Emerging Financial Markets, in Batten, J.A. and Szilagyi P.G.(ed.), (2011), *The Impact of the Global Financial Crisis on Emerging Financial Markets (Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis 93)*, Emerald Group Publishing Limited, pp. 3-16.

- Berndt, E., Hall, B., Hall, R. and Hausman, J., (1974), Estimation and inference in nonlinear structural models, *Annals of Economic and Social Measurement* 3, pp. 653-665.
- Dimitrakopoulos, D. N., Kavussanos, M. G. and Spyrou, S. I., (2010), Value at risk models for volatile emerging markets equity portfolios. *The Quarterly Review of Economics and Finance* 50(4), pp. 515-526.
- Engle, R. F. and Ng, V. K., (1993), Measuring and testing the impact of news on volatility, *Journal of Finance* 48, pp. 1749-1778.
- Jorion, P., (2006), *Value at Risk: The New Benchmark for Managing Financial Risk*, 3rd Edition: McGraw-Hill.
- Tsay, R. S., (2010), *Analysis of financial time series 3rd edition*, Wiley.

ESTIMATING AND FORECASTING VALUE-AT-RISK IN EMERGING MARKETS: THE CASE OF THE MACEDONIAN CAPITAL MARKET

Vesna Bucevska, Ph.D.

Summary

*This paper explores the applicability of the econometric approach in estimating and forecasting Value-at-Risk in merging financial markets. We test the relative performance of a wide range of Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity (GARCH) family models in estimating and forecasting the volatility of the Macedonian stock exchange using the daily returns of the Macedonian stock index-MBI 10 in the period from the 4th January 2005 to the 31st October 2011. Our empirical results indicate that the asymmetric GARCH family models, such as the EGARCH model with Student's *t*-distribution and normal distribution and the GARCH-GJR model perform better than the symmetric GARCH models in estimating and forecasting the parameters of Value-at-Risk in the Macedonian financial market.*

Keywords: *Value-at-Risk, GARCH models, forecasting volatility, financial crisis, Macedonia.*

НЕТРАДИЦИОНАЛНИ ПРИСТАПИ ВО ТЕОРИЈАТА НА ЕКОНОМСКИТЕ ЦИКЛУСИ

Академик Гоце Петрески

Апстракт

Традиционалниот пристап во анализата на економските циклуси се преку ширењето (мултиплицирање) на импулсите (impulse - propagation), а алтернативниот, најмногу застапен пристап, е преку нерамнотежи. Во последниве години се прават обиди за нетрадиционален пристап на циклусите преку анализата на циклусите како производ (последица) на комплексна интеракција меѓу фирмите и индустриите, во кои егзистираат елементи на мали шокови и ендеогени елементи.

Почетна позиција на ваквото резонирање поаѓа од поединечното однесување. Но кога се агрегира или анализира целиот систем, произлегува сосема поинаква слика отколку таа произведена од индивидуалните однесувања, набљудувани издвоено, како конститутивни елементи на вкупниот процес. Агрегатниот феномен овозможува да се игнорира и методолошки да се напушти индивидуалната динамика. Новиот пристап, според застапниците овозможува следење на агрегатното однесување со висок степен на доверба и многу широк интервал. Во пристапот преку ширење на импулсите широките егзогени стохастички пертурбации (нарушувања) се наметнати или надредени на системот од линеарни (или линеаризирани) детерминистички разлики - диференцијални равенки кои објаснуваат динамички зависности меѓу економските варијабли. Оттука произлегува и доминантната позиција на претпоставката дека решението на детерминистичките системи што ги поврзува е единствено и стабилно, а експанзиите и контракциите се раководени од случајни нарушувања околу стабилна, општа рамнотежа (general equilibrium) додека самите флуктуации се стационарен, стохастички процес.

Клучни зборови: *Економски циклус, економска теорија, економски раст, макроекономија*

Вовед

Анализата на циклусите е најважниот поединечен проблем на макроекономијата. Традиционалната презентација на економската динамика се потпира врз дистинкцијата помеѓу тенденција и циклус. Првата ги претставува долгите рокови, додека втората е поврзана со куси рокови. Се претпоставува дека двете компоненти се независни, бидејќи силите што дејствуваат врз нив се различни. Кратките рокови во доменот на макроекономијата претпоставуваат фиксни капацитети за производство (и ги студираат последиците од неусогласеностите: несовршени информации, ригидности на номиналните големини, трошоци на приспособување на капацитетите). Долгиот рок е домен на теориите на растот кои ја студираат акумулацијата на факторите за производство, при претпоставка дека се извршени приспособувања на цените и на количествата.

Отсуството на поврзаност помеѓу нив се објаснува со фактот што неусогласеностите кои постојат на краток рок траат долго и водат до поинтензивни флукутирања во идниот период. Долгите рокови повеќе зависат од техничкиот прогрес. Отсуството на поврзаност има за последица што транзиторниот шок врз расположливите фактори има само минливи ефекти врз траекторијата на економските големини. Ефективното траење зависи и од инерцијата во системот.

1. Макро моделирања на растот

Економското макро моделирање во 1970-те години се пренасочува кон користење Бејзијанска макро-економетрија (Bayesian Macroeconometrics), бидејќи во меѓувреме се случува силни структурни поместувања, кои ја ослабија корисноста на историските временски серии. Ретко кој економист денес, со сигурност би се спротивставил на тврдењето дека економската дисциплина има “бледо” разбирање на врските и зависностите помеѓу економските варијабли. Кругот на сознанија поаѓа од субјективни верувања, а податоците помагаат да се модифицираат приориумите, првичните епостулати, низ процесот на учење.

Макро моделите, користени во 1960 и 1970-те се потпрени врз законите на големите броеви и на меѓузависноста на понудата и на побарувачката преку користење различни серии податоци. Но тие не се употребливи за проценување на одразот на промените на режимите на политиките. Овој проблем во моделирањето може да се разреши само ако моделите се градат врз специфични варијабли и релации кои се, неспорно, инваријанти на владините политики. Такви се фундаменталните

карактеристики на економијата, како што се технологијата на акумулацијата на капиталот и преференциите на населението за сегашната потрошувачка, во однос на идната. Ваквите, подлабоко фундаментални карактеристики на економијата често пати се нарекуваат структурни. Лукас покажува дека врската помеѓу понудата и побарувачката се менува кога ќе се промени режимот на макроекономска политика од еден во друг. Процените на зависноста, која е корисна за предвидувања, се употребливи доколку не дојде до промена на режимот на макроекономските политики.

Модерните макро модели се обид за математичка формализација на целата економија, што е премногу симплицистички, непрецизен и преамбициозен обид. Постои голем расчекор помеѓу математичката формализација на комплексниот систем каков што е економијата, и вербалната интуиција. Од друга страна, непрецизноста на вербалната интуиција е причина за формализирање на економските структури и однесувања.

Во почетокот во 1980-те години, овој аргумент (и другите околности) водат до растечка употреба на модерни макромоделите. Модерните макро модели како клучни карактеристики вклучуваат ограничување на ресурсите и буџетски ограничувања. Ограничување на ресурсите покажуваат на трошочната страна на равенката, односно цените на одделните инпути. Буџетските ограничувања покажуваат дека приходите се вкупната рамка на трошењата, сега и во иднина;

DSGE - моделите вклучуваат експлицитен опис на индивидуалните преференции и целите на фирмите (т.н. стабилни релации, на кои не се однесува Лукасовата критика).¹

2. Традиционалните пристапи во објаснувањето на циклусите

Традиционалниот пристапи во анализата се преку ширење (множење) на импулсите *impulse - propagation approach*, а алтернативниот, најмногу застапен пристап, е преку нерамнотежа. Во последниве години се прават обиди за нетрадиционален пристап на циклусите преку анализата на циклусите како производ (последица) на комплексна интеракција помеѓу фирмите и индустриите, во кои егзистираат елементи на мали шокови и ендогени елементи.²

Почетната позиција на ваквото резонирање поаѓа од поединечното однесување. Но кога се агрегира или се анализира целиот систем, произлегува сосема поинаква слика отколку таа произведена од индивидуалните однесувања, набљудувани издвоено, како конститутивни елементи на вкупниот процес. Агрегатниот феномен овозможува да се игнорира и методолошки да се напушти индивидуалната динамика. Новиот

¹Lucas, Robert (1976). "Econometric Policy Evaluation: A Critique". Во: Brunner, K.; Meltzer, *The Phillips Curve and Labor Markets*. New York: Elsevier. pp. 19–46.

² Почетоците на ваквиот концепт се среќаваат уште кај Шумпетер (Schumpeter, 1939).

пристап, според застапниците овозможува следење на агрегатното однесување со висок степен на доверба и многу широк интервал.

Од самите почетоци на економската дисциплина, повторувањето на нагорни и надолни пресврти на агрегатниот аутпут силно ја преокупира професијата. Во периодот по Првата свеска војна до почетокот на 21-от век теоретските објаснувања на економските циклуси се објаснуваат, главно, преку два натпреварувачки, спротивставени методолошки пристапи. Од една страна, т.н. пристап на ширење на импулсите или рамнотежен пристап, во кој широките егзогени стохастички пертурбации и нарушувања се наметнати (надредени) на системот од линеарни (или линеаризирани) детерминистички разлики - диференцијални равенки кои објаснуваат динамички зависности помеѓу економските варијабли. Оттука произлегува и доминантната позиција на претпоставката дека решението на детерминистичките системи што ги поврзува е единствено и стабилно, а експанзиите и контракциите се раководени од случајни нарушувања околу стабилните, општа рамнотежа (*general equilibrium*) додека самите флуктуации се стационарен стохастички процес.³ Оттука, циклуси не постојат, туку повторливи флуктуации на трендот на аутпутот, следење и осцилирање околу другите агрегатни временски серии (Kydland и Prescott, 1990). Ваквото аналитичко орудие е применувано и од спротивставени економски школи на мислења, како што се монетаристите Lucas (1975), реалните деловни циклуси (RBC) - (Kydland и Prescott (1982), - или новите кејнзијанци, Taylor (1980).

На спротивната страна на методолошката скала се пристапите во анализата на циклусите, потпрени на ендегените модели на раст Kaldor (1940) и Goodwin (1967). Карактеристично за овие модели е што не се потпираат на екстерни (надворешни шокови) за да го објаснат економскиот циклус. Циклусите се разбираат како самогенерирачки осцилации, каде резултатата се добива преку набљудување на комбинацијата на нерамнотежни и нелинеарни зависности помеѓу агрегатните големини.⁴

Овој пристап се враќа на познатите гледишта на NBER според кои “деловните циклуси се состојат од експанзии што се случуваат симултано во многу економски активности... следени од слични општи рецесии, контракции, и оживувања, кои се мешаат во фазата на експанзија на следниот циклус“ (Burns и Mitchell, 1946). Тие сметаат дека овие движења не се периодични, траат од една до дванаесет години, и не се деливи во покуси циклуси.

³Во математичките науки стационарниот процес е стохастички процес чија заедничка веројатност на дистрибуцијата не се менува кога процесот се помести во времето или просторот. Параметрите, како медијална големина или варијанса, ако постојат, не се менуваат со поместување во времето, или во просторот. Процесите чии статистички својства се менуваат, се набљудуваат како нестационарни.

⁴Математичките својства на цикличните флуктуации, преку комбинација на стохастички и детерминистички компоненти, можат да се најдат во минатото кај Приш, Prisch (1933) и Слацки, Slutsky (1937).

Сите познати досегашни гледишта не се имуни на ограничувања, нереални претпоставки, недоследности и неконзистентности. Гледиштата потпрени врз теориите на рамнотежа, кои доминираат во модерната макроекономија, тешко можат да објаснат зошто малите шокови предизвикуваат големи флукуации. Хипотеза вградена во моделите на реалните деловни циклуси (РБЦ) (мултисекторски модели кај Long и Plosser, 1983) е дека така како што се зголемува бројот на сектори во анализата, агрегатната волатилност тежи кон нула. Нивното тврдење, поврзано со законот за големи броеви, е дека секој сектор повремено е удиран од идиосинкразиски идентични и независно распоредени шокови врз вкупната факторска продуктивност - Total Factor Productivity (TFP). Негативните и позитивните шокови имаат тенденција да се пребиваат (Lucas, 1981).

Повеќесекторските неокласични модели на деловните циклуси, за да можат да ги реплицираат агрегатните флукуации со степен на волатилност и непредвидливост во согласност со емпириските податоци, ги земаат предвид агрегатните шокови, кои, најчесто, се отфрлаат од емпириските докази.

Пристапот на нерамнотежа го има ограничувањето, што е целосно реверзибилен во времето. Тој носи аналогија на Лапласовиот интеграл на времето, во кој од позната сегашна позиција, може да се предвиди иднината, или да се реконструира минатото, или, во термини на физиката, реверзибилна временска симетрија (*time reversal symmetry*).⁵

Макроекономијата постојано се судира со нерешениот проблем на точната меѓусебна зависност на микроекономското ниво во термини на бихевиорални правила и стимули и агрегатните категории, како што се доходот, вработеноста, заштедите и инвестициите. Од една страна е огромната хетерогеност помеѓу индивидуалните економски агенти (ентитети), а од друга страна, реалната ситуација дека агентите не ги донесуваат нивните одлуки во изолација, туку се под влијание на мрежата на социјални афилијации и комплексни структури на кои припаѓаат.

Карактеризирањето на комплексната динамика на економските циклуси, преку препознавање на регуларните (правилните) и нерегуларните обрасци и режими на пресвртните точки меѓу различните фази во економските временски серии, е клучно за подобрување на економските предвидувања. Статистичката анализата на берзите и на девизните пазари ја покажува неправилноста на нелинеарните временски серии, кои покажуваат не-Гаусијанска дистрибуција на веројатностите на функцијата на промените на цените и законот за степенување, во даден спектар на густина на фреквенциите. Нелинеарните детерминистички модели на економска динамика овозможуваат симулирање на неправилни временски серии на преминот од ред во хаос, или од едно во друго ниво на хаос, кои

⁵Прашањето за примената на силни математички концепти, како што се Лапласовиот диференцијален оператор, Бејзијанската дистрибуција и Ојлеровите равенки, во стохастичка дисциплина, каква што е економската, е предмет на контроверзии.

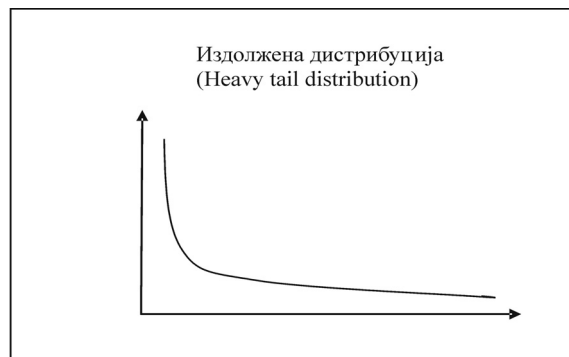
се протегаат на самата природа на неправилноста (нерегуларноста) на самиот економски систем.

Постојат модели на комплексната економска динамика, потпрени на модели на осцилатори (van der Pol), прилагодени за опфаќање на повеќе обемска (multiscale магнитудна) и повеќе-стабилносни однесувања (multistability behaviors), како и за кохабитација помеѓу ред и хаос, периодични орбити, “седла“ на хаос и повремени бифуркации. Глобалните бифуркации се карактеризираат како кризи.

3. Аналогии во однесувањето на природните феномени

Економските системи покажуваат комплексна динамика регистрирана преку амплитуди со големи димензии и периодични флукуации во економските варијабли (девизните курсеви, домашниот производ, каматните стапки производството, цените на акциите и невработеноста (Hommes 2004).

Наместо традиционалниот пристап, применуван од економистите во традицијата на Њутновата динамика, која економските флукуации ги третира како линеарни пертурбации околу рамнотежата (Scarth 1996, Gandolfo 1997, Shone 2002). Линеарниот пристап е валиден само кога има мали амплитуди на осцилациите, но не може да ги објасни нарушувањата со големи амплитуди и нередовна периодика. Тие покажуваат дека економските и финансиските системи се одвлечени далеку од рамнотежата во која доминира линеарност во однесувањето. Уште понатаму, аperiodичните флукуации се манифестации на хаос кој е интринзичен на комплексниот економски систем. Во последниве години значително внимание се покажува за анализа на циклусите преку не-Њутонски пристап, односно преку моделирање на нелинеарна динамика (Chiarella, 1988), Puu, 1991) Keen, 1995) Scarth, 1996).⁶



⁶ Види поопширно во Abraham C.- L. Chian: Complex Systems Approach to Economic Dynamics, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, 2007.

Примери на различни пристапи во нелинеарно програмирање на економските флукуации на комплексните системи, во последниве две децении, се среќаваат кај (Puu 1989, Chiarella 1990, Zhang 1990, Brock, Hsieh и Le Baron 1991, Rosser 1991, Benhabib 1992, Medio 1992, Lorenz 1993, Day 1994, 2000, Thomas, Reitz и Samanidou 2005).

Една од основните карактеристики на комплексните системи се неправилните и нередовни интервали, ненадејни и нагли промени во активностите во системот, кои ги заменуваат периодите на “мирни“ флукуации и пробив на флукуации од широк ранг. Повремените нередовни интервали, и просторно-временски турбуленции се преовладувачки во општеството и во природата, (Vassilicos 1995). Нередовноста има повеќемагнитудно однесување, подложно на законот за степенување (power law -зависност)⁷ и не-Гаусијанска (лог-нормална) дистрибуција.

Опашестите дистрибуции (Heavy-tailed distributions) се инструмент за изучување на ретките настани. Овие дистрибуции се користат за анализа на феномени, каде екстремни вредности се случуваат со релативно висока веројатност, или за анализа на податоци со “долг опаш“ (телекомуникациите, сообраќајот итн.). Во економијата можат да се користат за анализа на финансиските и на другите економски серии. Пошироко за статистичката анализа во: Adler и др., 1998, Crovella и Lipsky, 1997, Heffernan и Resnick, 2004, Mikosch и Resnick, 2006.

4. Комплексната динамика

Економските системи покажуваат вообичаена комплексна динамика, обележена со големи амплитуди и аperiodични флукуации во економските варијабли, како што се бруто домашниот производ, девизниот курс, каматната стапка, цените на берзите или невработеноста. Традиционално, економистите користат Њутонијански пристап, сметајќи ги економските пертурбации како линеарни нарушувања околу рамнотежата. Меѓутоа, линеарниот пристап е валиден само за мали нерамнотежи. Тој не може да ги објасни комплексните карактеристики на големите амплитуди и аperiodичните флукуации. Големите амплитуди во производниот и во финансискиот систем покажуваат дека тие се оддалечуваат далеку од позицијата на рамнотежа и дека однесувањето на системот го доминира нелинеарност. Тие се поблиски до карактеристиките на хаосот, кој е интринзичен на комплексните системи.

Во последниве децении сè позастапена е примената на нелинеарни модели во објаснувањето на економската динамика. Се воведува нелинеарна општа функција на понудата во традиционалниот *cobweb* модел (пајакова мрежа) со адаптивни очекувања во рамките на дуополската функција (Cournot duopoly theory). Со претпоставка на изоеластична

⁷ Кога фреквенцијата на некој настан зависи како степен (експонент) од големината на определен атрибут или варијабла, се смета дека е подложна на законот на степенување.

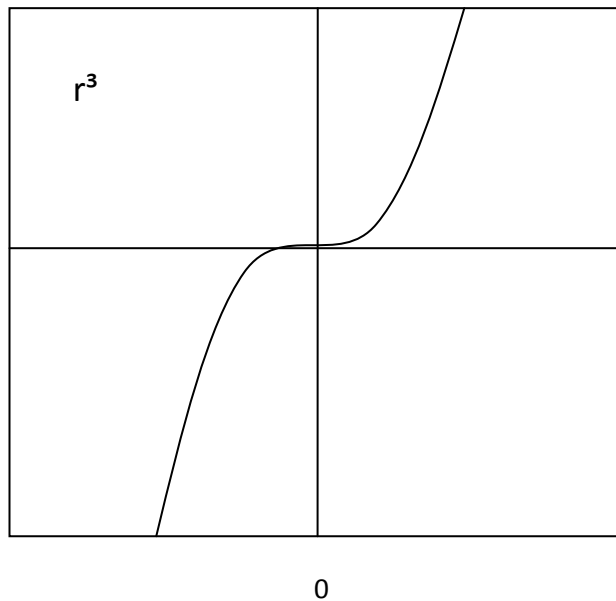
функција на побарувачката, и со константни единични трошоци на производството (constant unit production costs) во Goodwin-овиот модел на циклусот на растот (*Goodwin*-овиот (1967) е модел на ендогени циклични флукутации што комбинира компоненти на Херод – Домаровиот модел со Филипсовата крива (*Phillips curve*) за да генерира ендогени економски циклуси во економските активности (аутпутот, невработеноста и платите) за разлика од класата егзогени модели, каде што економскиот или некономскиот шок доаѓа однадвор на системот. Од појавата на моделот на Гудвин тој е прошируван и надградуван со хипотезата за финансиска нестабилност на Мински, со премин во нестабилност и прекин, определени од нивото на економска нееднаквост, каматната стапка и нивото на задолженост.⁸ Овој модел, кој се состои од зависностите изразени преку IS, LM и Филипсовата крива за затворена економија, овозможува хаотични циклуси за ранг контролирани параметри. Моделот покажува дека линеарните апроксимации во економијата се преголема симплификација на реалноста. Брок и Хоумс (Brock and Hommes (1997) применуваат концепт на адаптивна рационална рамнотежа, каде економските агенти можат да избираат меѓу рационални и наивни очекувања.

Hughston and Rafailidis (2005) применуваат хаотичен модел на динамика за каматните стапки и на девизните курсеви, користејќи ја Wiener-овата техника на експанзија на хаосот за да формулираат систематска анализа на структурата и класификација на овие финансиски модели. Тие утврдиле дека средните (просечните) апсолутни промени на логаритмираните цени овозможуваат скалирање и поврзување со интервалите во кои тие се мерени - и дека има нето проток на информации од кратките кон долгите временски скали, што значи дека однесувањето на долгорочните тргувачи (кои ги набљудуваат пазарот од време на време), влијаат врз однесувањето на краткорочните тргувачи, кои постојано го следат пазарот.

Krawiecki, Holyst и Helbing (2002) разгледуваат модел на финансиски пазари што се состои од многу економски агенти што се во интеракција, и добиваат серии на повратоци на цените кои покажуваат хаотични вртлози кои резултираат од појаваа на наплив на атрактори, и кои наликуваат на емпириски утврдените финансиски временски серии со кластери на нестабилност и дистрибуција што е блиска до опашките (долгиот, десен сегмент на кривата на дистрибуција) поврзани со законот за степенување.

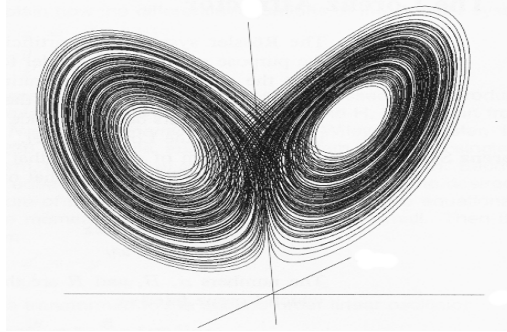
Во динамичките системи *точките-седла* се периодични точки чии стабилни и нестабилни повеќестраности имаат димензија различна од нула.

⁸Мински (H.Minsky) смета дека клучен механизам што ја турка економијата во криза е акумулацијата на долг од страна на невладините сектори. Тој препознава три типа позајмувачи што може да придонесат за акумулација на несолвентен долг: хед, спекулативни и Понци (Ponzi) позајмувачи.



Концептот на динамички системи има свои потпори во Њутновата механика. За прв пат ги воведува францускиот математичар Анри Поанкаре (H. Poincaré). Во природните науки еволуцијата на правилото на развој на динамичките системи е дадено со релацијата што ја определува состојбата на системот, во блиска временска перспектива во иднина. Таа релација е или диференцијална равенка, или диференцна равенка или друга временска скала. Определувањето на состојбата на системот во неограничено време бара континуирани итерации, при што секоја наредна итерација зафаќа само краток период (секвенца). Овој процес на итерација е решавање или интегрирање, а системот и овозможува, при дадена иницијална точка да се определат идните позиции кои се низа од точки, познати како траекторија или орбита. Математичкиот алгоритам за решавање на траекторијата е сложен и денес е олеснат со силните пресметувачки машини. Сепак, на овој начин може да бидат решени само мала класа динамички системи. Економските системи се премногу сложени за да можат да бидат решени преку интегрирање во индивидуални траектории.

Лоренцови атрактори



Проблеми што концепциски, методолошки или статистички, се испречуваат на овој пристап се следниве:

-Параметрите на системот не можат да се утврдат со повисок степен на прецизност, или одделни параметри може да отсутнуваат во равенките. Ако се внесуваат апроксимации за вредноста на параметрите, тие може да ја доведат во прашање валидноста на нумеричките резултати. За да се ублажи овој проблем се воведуваат одредени концепти на стабилност на динамичкиот систем, како што се Лјапунова стабилност (Lyapunov stability) или структурна стабилност (structural stability). Стабилноста на системот подразбира дека постои класа модели или почетни услови, за кои траекториите ќе бидат еднакви. Споредувањето на орбитите за да се утврди нивната еднаквост се менува со различните значења на стабилност. Побитен е типот на траекторијата, отколку одделна траекторија засебно. Некои траектории може да бидат периодични, а други може да поминуваат низ различни фази на системот. Апликациите, обично, се сведуваат на определување еден тип траекторија. Класифицирањето на траекториите ја поедноставува постапката и овозможува воведување тип траектории што не се менуваат со промените на координатите на системот.

-Однесувањето на траекторијата како функција на параметарот некогаш е потребна за апликациите. Бидејќи параметарот е варијабилен, динамичкиот систем може да биде на точка на бифуркација, каде квалитативно се менува неговото однесување.

-Траекториите на системот може да се покажат крајно нестабилни или случајни. Во овие ситуации, потребно е да се пресметуваат просеци, преку користење на една, долга траекторија, или повеќе различни траектории. Разбирањето на пробабилистичките својства на динамичките системи многу помогна за воспоставување на основите на статистичката механика,

- и на теоријата на хаосот.

Испрекинатниот пат во хаос е првпат воведен од страна на Manneville and Pomeau (1979). Тие идентификуваат три типови испрекинатост, кога системот се преместува од периодични и квазипериодични

однесувања, во хаотични однесувања, поради преминот од ред во хаос, преку локални бифуркации (вододелници) како што се бифуркација од типот на јазлесто седло - Hopf бифуркација, или пресликувачка (вдвојувачка) бифуркација. Друго сценарио што води до испрекинатост се случува во периоди кога системот влегува во глобална бифуркација, што се означува како криза (Grebogi, Ott и York 1983), кога хаотичниот привлекувач (атрактор) во просторот ненадејно ќе ја смени својата големина (внатрешна криза), исчезне (криза на границата, или кога два или повеќе атрактори ќе се спојат во форма на голем хаотичен атрактор (криза на споени атрактори). Во нестабилноста предизвикана од криза, системот свртува меѓу слабо хаотично и силно хаотично однесување (Grebogi, Ott и Romeiras 1987). Тие наведуваат дека има многу примери на експериментални набљудувања за нерегуларности, предизвикани од хаос Hayashi, Ishizuka и Hirakawa (1983). Набљудувани преку премин од ред во хаос преку Pomeau-Manneville нерегуларности in the onchidium мировен неврон. Ditto и др. (1989) набљудуваат неправилност предизвикана од криза во експериментот со магнетноеластичната врвца (magnetoelastic ribbon experiment). Стабилните и нестабилни орбити се базни елементи на комплексните динамички системи, и се клучот за објаснувањето за потеклото и природата на нередовноста предизвикана и движена од хаос.

Комплексните системи, како што е економскиот, се состојат од ред и хаос. Редот е раководен од стабилни периодични орбити, додека хаосот е владеен од нестабилни. Особено, нестабилните периодични орбити се скелетот на хаотичните седла (Auerbach и др. 1987, Cvitanovic 1988, Hilborn 1994). Хаотичните седла се непривлечен хаотичен систем од сет преносници - Otto and Yorke 1983, Kantz и Grassberger 1985), и се носачи на хаотичните атрактори (Szabo и Tel, 1994a, 1994b). Хаотичните седла се одговорни за нередовноста надвор од периодот на рамката (Szabo и др. 2000), т.е., понатаму од седлото на бифуркација (криза од типот I) и подалеку од внатрешната криза (неправилност предизвикана од криза).

Фиксните точки на траекторијата на комплексните динамички системи се важни бидејќи експериментално е утврдено (во неврологијата) дека стабилноста на системот може да се менува преку промена на карактеристиките на стабилност на фиксните точки (Janosi, Flepp и Tel (1994).

Хаотичните краткотрајни минувачи (економски варијабли) и хаотичните седла се битни за разбирањето на комплексната економска динамика. Лоренц (Lorenz (1993) анализира хаотично краткотрајни движења во Калдоровиот модел на економски циклуси. Обемна литература фокусирана на комплексната економска динамика (Puu 1989, Chiarella 1990, Zhang 1990, Benhabib 1992, Brock, Hsieh and LeBaron 1991, Rosser 1991, Medio 1992, Day 1994, 2000, Thomas, Reitz and Samanidou 2005) повеќе е преокупирана само со хаотичните привлекувачи (атрактори), без

кореспондентно внимание насочено врз хаотичните седла и хаотичните преводници (преслопи).

Во ендегените модели на растот има поинаков пристап на артикулацијата на долгите и на кратките рокови. Во нивната основа се растечките приноси на обемот кои придонесуваат за пораст на продуктивноста. Во традиционалните модели на растот, нивото на производот е стационарно (независно од времето), додека во ендегените модели стапката на раст на производот е стационарна (математички - прв степен на интеграција). Неокласичните модели се решаваат преку рамнотежно ниво на производот, додека ендегените модели се урамнотежуваат преку стапката на растот.

Практичните импликации и последиците се фундаментално различни во поглед на значењето на почетната ситуација за растот на долг рок и перспективите на достигнување на високи нивоа на доход на земјите кои стартуваат со ниска основа.

Литература

- Acemoglu, Daron, Simon Johnson, and James Robinson, 2001, "The Colonial Origins of Comparative Development: An Empirical Investigation," *American Economic Review*, Vol. 91(December), pp. 1369–1401.
- Alligood, K. T., Sauer, T. D., and Yorke, J. A. (1996). *Chaos: An Introduction to Dynamical Systems*. New York: Springer-Verlag.
- Bandara, Jayatilleke S. 1991. "Computable General Equilibrium Models for Development Policy Analysis in LDCs." *Journal of Economic Surveys* 5 (January): 3-69.
- Barnett, W. A., and Serletis, A. (2000). "Martingales, nonlinearity, and chaos". *J. Economic Dynamics and Control*. Vol. 24, pp. 703-724.
- Barnett, W. A., Berndt, E. R., and White, H. (eds.). *Dynamic Econometric Modeling*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Baro, Robert and Robert G. King, "Time Separable Preferences and Intertemporal Substitution Models for Business Cycles", *Quarterly Journal of Economics*, November 1984: 819 - 839.
- Belaire-Franch, J. (2004). "Testing for nonlinearity in an artificial financial market: a recurrence quantification approach". *J. Economic Behavior & Organization*. Vol. 54, pp. 483-494.
- Benhabib, J. (1992). *Cycles and Chaos in Economic Equilibrium* Princeton: Princeton University Press.
- Berry, B. J. L. (2000). "A pacemaker for the long wave". *Technological Forecasting and Social Change*. Vol. 63, pp. 1-23.
- Bordignon, S., and Lisi, F. (2001). "Predictive accuracy for chaotic economic models". *Economics Letters*. Vol. 70, pp. 51-58.
- Borotto, F. A., Chian, A. C.-L., and Rempel, E. L. (2004). "Alfvén interior crisis". *Int. J. Bifurcation Chaos*. Vol. 14, pp. 2375-2380.

- Brock, W. A., Hsieh, D. A., and LeBaron, B. (1991). *Nonlinear Dynamics, Chaos and Instability: Statistical Theory and Economic Evidence*. Cambridge: MIT Press.
- Burns, A. F., and Mitchell, W. C. (1946). *Measuring Business Cycles*. New York: National Bureau of Economic Research.
- Chang, W. W., and Smyth, D. J. (1971). "The existence and persistence of cycles in a nonlinear model: Kaldor's 1940 model re-examined". *Rev. Economic Studies*. Vol. 38, pp. 37-44.
- Chian, A. C.-L. (2001). "Nonlinear dynamics and chaos in macroeconomics". *Int. J. Theoretical and Applied Finance*. Vol. 3, pp. 601.
- Chian, A. C.-L., Rempel, E. L., and Rogers, C. (2006). "Complex economic dynamics: chaotic saddle, crisis and intermittency". *Chaos, Solitons & Fractals*. Vol. 29, pp. 1194-1218.
- Chian, A. C.-L., Rempel, E. L., Borotto, F. A., and Rogers, C. (2005). "Attractor merging crisis in chaotic business cycles". *Chaos, Solitons & Fractals*. Vol. 24, pp. 869-875.
- Chian, A. C.-L., Rempel, E. L., Borotto, F. A., and Rogers, C. (2006). "An example of intermittency in nonlinear economic cycles". *Applied Economics Letters*. Vol. 13, pp. 257-263.
- Chiarella, C. (1990). *The Elements of a Nonlinear Theory of Economic Dynamics, Series: Lecture Notes in Economics and Mathematical Systems*. Vol. 343. Berlin: Springer-Verlag.
- Curry, J. H. (1979). "An algorithm for finding closed orbits". *Global Theory of Dynamical Systems*. Eds. Nitecki, Z., and C. Robinson. Berlin: Springer-Verlag.
- Day, R. H. (1994). *Complex Economic Systems - Vol. 1: An Introduction to Dynamical Systems and Market Mechanisms*. Cambridge: MIT Press.
- Day, R. H. (2000). *Complex Economic Dynamics - Vol. 2: An Introduction to Macroeconomic Dynamics*. Cambridge: MIT Press.
- Diebold, X. D., and Rudebusch, G. D. (1999). *Business Cycles - Durations, Dynamics and Forecasting*, Princeton University Press, Princeton.
- Dornbush, Rudiger. 1980. *Open-Economy Macroeconomics*. New York: Basic Books.
- Gabisch, G., and Lorenz, H. W. (1987). *Business Cycle Theory: a Survey of Methods and Concepts*. Berlin: Springer-Verlag.
- Gale, David. "The Theory of Linear Economic Models", McGraw Hill, New York, 1960, str. 310 – 317.
- Gandolfo, G. (1997). *Economic Dynamics*. Berlin: Springer-Verlag.
- Goodwin, R. M. (1951). "The nonlinear accelerator and the persistence of business cycles". *Econometrica*. Vol. 19, pp. 1-17.
- Goodwin, R. M. (1990). *Chaotic Economic Dynamics*. Oxford. Clarendon Press.
- Hall, Robert E., and Charles I. Jones, 1999, "Why Do Some Countries Produce So Much More Output per Worker than Others?" *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 114 (February), pp. 83–116.
- Hausmann, Ricardo, Dani Rodrik, and Lant Pritchett, 2004, "Growth Accelerations," *NBER Working Paper No. 10566* (Cambridge, Massachusetts: National Bureau of Economic Research).
- Haxholdt, C., Kampmann, C., Mosekilde, E., and Sterman, J. D. (1995). "Mode-locking and entrainment of endogenous economic cycles". *System Dynamics Review*. Vol. 11, pp. 177-198.
- Hicks, J. R. (1950). *A Contribution to the Theory of the Trade Cycles*. Oxford: Clarendon Press.

- Hooper, Peter and David J. Richardson, eds. (1991), *International Economic Transactions*, Chicago: University of Chicago Press.
- Johansen, Leif .1960. "*A Multi- Sectoral Study of Economic Growth*", Amsterdam: North Holland.
- Kaas, L. (1998). "Stabilizing chaos in a dynamic macroeconomic model". *Journal of Economic Behavior and Organization*. Vol. 33, pp. 311-332.
- Keen, S. (1995). "Finance and economic breakdown: modeling Minsky's financial instability hypothesis". *Journal of Post Keynesian Economics*. Vol. 17, pp. 607-635.
- Kopel, M. (1997). "Improving the performance of an economic system: controlling chaos". *Journal of Evolutionary Economics*. Vol. 7, pp. 269-289.
- Lorenz, H. W. (1993). *Nonlinear Dynamical Economics and Chaotic Motion*. Berlin: Springer Verlag.
- Lorenz, H.-W. (1987a). "Strange attractors in a multisector business cycle model". *J. Economic Behavior and Organization*. Vol. 8, pp. 397-411.
- Manneville, P., and Pomeau, Y. (1979). "Intermittency and the Lorenz model." *Physica Letters A*. Vol. 75, pp. 1-2.
- Mantegna, R. N., and Stanley, H. E. (2000). *An introduction to Econophysics: Correlations and Complexity in Finance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Medio, A. (1992). *Chaotic Dynamics - Theory and Applications to Economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mosekilde, E., Lasrsen, E. R., Serman, J. D., and Thomsen, J. S. (1992). "Nonlinear mode-interaction in the macroeconomy". *Annals of Operations Research*. Vol. 37, pp. 185-215.
- Mullineux, A. W. (1990). *Business Cycles and Financial Crisis*. Hemstead: Harvester Wheatsheaf, Hemel. Persus Books Publishing.
- Петрески, Г. Моделите на ендогени раст, *Годишник на Економскиот факултет - Скопје*, том 37, 2002;
- Petreski, G. Kostoska, O. Modeling the Determinants of Exports and Imports: Assessment of the Macedonian Competitive Performance, *Management and Marketing Journal*, Craiova, vol. VII, issue 1, pages 36-58. 2009.
- Puu, T. (1989). *Nonlinear Economic Dynamics*. Berlin: Springer-Verlag.
- Smets, Frank, and Raf Wouters. 2003. An estimated dynamic stochastic general equilibrium model of the euro area. *Journal of the European Economic Association* 1 (September), 1123-75.
- Solow, Robert, 1971, *Growth Theory: An Exposition (New York and Oxford: Oxford University Press)*.
- Strogatz, S. H. (1994). *Nonlinear Dynamics and Chaos*. Cambridge:

NON TRADITIONAL APPROACHES IN ECONOMIC CYCLE ANALYSIS

Academician Goce Petreski

Summary

The traditional approach of economic cycle analysis uses the multiplication of impulses, better known as the impulse – propagation approach. The alternative approach, which is widely applied, occurs through disequilibria. In recent years attempts are being made to establish a non – traditional approach throughout the analysis of the cycles as consequences (products) of a complex interaction between companies and industries, in which elements of smaller shocks and endogenous elements exist.

The starting position of this reasoning is based on individual behavior. But, when the whole system is being aggregated or analyzed, a completely different image occurs than the one produced by individual behavior, observed separately, as constituent element of the total process. The aggregate phenomenon enables disregard and methodological exclusion of individual dynamics. According to its followers, this new approach enables the observation of the aggregate behavior with a high degree of confidence in a very wide interval. According to the impulse – propagation approach, the wide exogenous, stochastic perturbations are imposed on the system of linear deterministic differences i.e. differential equations, which explain the dynamical interdependencies among the economic variables. Hence derives the dominant position of the assumption that the solution that connects the deterministic systems is unique and stable, and that expansions and contractions are funneled by random disturbances around stable general equilibrium, while the fluctuations themselves present a stationary, stochastic process

Key words: *Economic cycle, economic theory, economic growth, macroeconomics*

**КОНЦЕПТОТ НА
АСИМЕТРИЧНИТЕ
ИНФОРМАЦИИ И НИВНОТО
ВЛИЈАНИЕ НА ПАЗАРОТ НА
ОСИГУРУВАЊЕ**

*Д-р Драге Јанев
М-р Игор Ивановски*

Апстракт

Постоењето и влијанието на асиметричните информации е иманентно за пазарот на осигурување. Осигурителната активност подразбира детектирање, вреднување, менаџирање, превземање и пред се дисперзирање на ризикот. Вредноста на ризикот изразена преку премијата, е директно поврзана со идентификувањето и мерењето на ризикот и информациите за него, како во животното, така и во неживотното осигурување. Оттаму, разбирањето на концептот и намалувањето на негативните влијанија на асиметричните информации претставуваат суштинска потреба за функционирањето на осигурителниот пазар, ефективна дисперзија на ризикот и креирање на фер и оптимални премии како нужен елемент за воспоставување на односи помеѓу осигурителот и осигуреникот. Во таа смисла, манифестациите на асиметричните информации, моралниот hazard и неповолниот избор се важни елементи во определување на активностите и елементите на осигурителниот пазар. Нивното континуирано истражување, определувањето на механизми за нивно релативизирање и апсорбирање се исклучително значајни и за растот и развојот на осигурувањето во Република Македонија.

Клучни зборови: *асиметрични информации, осигурителна активност, морален hazard, неповолен избор*

Вовед

Современа економската теорија познава огромен број на научно-теоретски истражувања поврзани со моделите на совршена конкуренција. Имено, постоењето на пазар во кој функционира совршената конкуренција е идеал кој праксата целосно не може да го постигне, но сепак се стреми

кон него. Самиот модел подразбира претпоставка во која учесниците на пазарот, пред се продавачите и купувачите, располагаат со комплетни, точни и совршено функционални информации за добрата и услугите кои едните ги произведуваат, а другите ги купуваат. Централен чинител во овој модел е издигнувањето на информациите на ниво на економски ресурс и инпут, рамноправен со човечките ресурси, капиталните, материјалните и организациските, што како феномен е релативно нов и иницијално поврзан со современата микроекономска теорија и особено работата на нобеловецот George Stigler. Од овој момент, информациите како трансформационен елемент добиваат се поголема улога и значење за севкупната економска активност, па оттаму и за ефикасното функционирањето на, во основа, имперфектните пазари. Информациите, содржински согледани, лежат во основата на апстрактниот модел на совршена конкуренција и, во исто време, и на фактичкиот модел на несовершена пазарна конкуренција. Фундаментална претпоставка за ефективно функционирање на моделот на совршена конкуренција е купувачите во целост да ги знаат информациите за производите и услугите кои ги купуваат, а кои се однесуваат на димензиите на нивниот квалитет, карактеристики, цена, достапност, дистрибуција, промоција и сл., во услови да продавачите поседуваат совршени информации за достапноста, цените и квалитетот на производните инпути, можноста за нивна супституција, технолошкиот процес, преференциите на купувачите, конкуренцијата меѓу добавувачите, заканите за влез на нов купувач и сл. Една од причините за т.н. market failure, односно пазарниот неуспех се и асиметричните информации, кои се изворот на функционалната неспособност на пазарот за целосно и идеално врамнотежување во точка која овозможува идеална реалокација на ресурсите и постигнување на цена која резултира со целосно чистење на пазарот. Денес не постои апсолутно никаква дилема за постоењето на асиметричните информации, со што нивната улога е силно нагласена и видлива. Оттаму, една од обврските на денешната економската теорија и пракса е да ги креира, анализира и тестира механизмите за релативизирање на негативното влијание на асиметричните информации, како и да воведува регулативни механизми кои ќе го предвидуваат, но, пред се, ќе го превенираат влијанието на асиметричните информации во носењето на деловните одлуки на макро и микро ниво. Постоенето и влијанието на асиметричните информации е иманентно за пазарот на осигурување. Осигурителната активност подразбира детектирање, вреднување, менаџирање, превземање и пред се дисперзирање на ризикот. Вредноста на ризикот изразена преку премијата, е директно поврзана со идентификувањето и мерењето на ризикот и информациите за него, како во животното, така и во неживотното осигурување. Оттаму, разбирањето на концептот и намалувањето на негативните влијанија на асиметричните информации претставуваат суштинска потреба за функционирањето на осигурителниот пазар, ефективна дисперзија на

ризикот и креирање на фер и оптимални премии како нужен елемент за воспоставување на односи помеѓу осигурителот и осигуреникот.

1. Основа и карактеристики на асиметричните информации

Асиметричните информации, како единствени, неповторливи и тешко предвидливи по својот карактер, денес се присутни, во различна димензија, на сите пазари. Определувањето на нивното место во економската теорија иницијално претпоставува нивно теоретско дефинирање. Од повеќето дефиниции за асиметричните информации, ја потенцираме дефиницијата на академик Таки Фити(2004) според која асиметричните информации укажуваат на состојба кога продавачите и купувачите поседуваат различни информации за карактеристиките на добрата и услугите што се предмет на купување и продавање.

Суштината на оваа теоретска определба на асиметричните информации говори дека каков и да е производот или услугата, продавачот речиси никогаш не ги знае целосно преференциите на купувачот, ниту максималната цена која тој е подготвен да ја плати за да го добие доброто или услугата. Едновремено, купувачот нема детални информации за производната технологија на продавачот или пак за неговата цена на чинење или маргинални трошоци. Во оваа смисла, големината на асиметријата е двојна, но во апсолутна големина е ирелевантна бидејќи е тешко прецизно измерлива. Само за илустрација, во моделот на совршена конкуренција на пример, продавачот нема корист од познавањето на одлуката на купувачот за максималната цена која е спремен да ја плати, бидејќи продавачот ќе мора да наплати конкурентна цена, исто како што купувачот ќе нема голем бенефит од тоа што ќе ја знае технологијата на продавачот бидејќи информациите за тоа веќе ќе бидат содржани во цената. Постоечките пазари се такви што информациите во нив се совршени и целосни само за одделните учесници, но не и во меѓусебната интеракција помеѓу нив. Ова подразбира дека продавачите располагаат со целосни информации за сопствените добра и услуги кои ги продаваат, за нивниот квалитет, цена и други карактеристики. Идентично, купувачите единствено целосно знаат какви се нивните преференции кои се однесуваат на квалитетот на учинокот, како и за цената која се спремни да ја платат. Релативизирањето на оваа разлика и намалување на проблемите кои асиметричните информации ги прават при врамнотежувањето на пазарите доведува до потреба од преземање на посебни мерки преку државната и пазарна регулација, но и менување на процесот на деловно одлучување, како на продавачите, така и на купувачите. Намерата на сите истражувања за асиметричните информации се насочени кон определување на нивната природа, со цел зголемување на степенот на нивната предвидливост, врз основа на што се иновира и економската теорија со интеграција на

асиметричните информации. Врз основа на придонесот на истражувањето за расветлување на асиметричните информации доделена е Нобелова награда на James Mirrlees и William Vickrey во 1996 година, и на George Akerlof, Michael Spence и Joseph Stiglitz во 2001 година. Истражувањата на овој план, особено за влијанието на асиметричните информации на осигурителниот пазар, дополнително охрабрувале голем број на економски теоретичари кои дале огромен придонес во научната теорија и пракса.

Во најголемиот број на студии и истражувања се прифаќа претпоставката дека асиметричните информации се сериозно релевантни и имаат конкретни последици за постоењето и ефикасноста на конкурентскиот еквилибриум, а такви се речиси сите пазарни сегменти, почнувајќи од пазарот на осигурување, каде постои автентична потреба купувачот на осигурувањето да ги крие сопствените податоци од продавачот, преку пазарот за продажба на автомобили, каде продавачот знае информации за возилата кои не би сакал да ги сподели со купувачот, а заради остварување на повисока продажна цена или пак на пазарот на труд каде работникот кој бара работа нецелосно ги презентира личните информации кои совршено ги познава, како што работодавачот парцијално ги соопштува условите за работа и конкретните работни задачи кои работникот треба да ги знае однапред, а кои не се целосно содржани во цената на трудот. Асиметрични информации можат да се најдат и во релациите на сите агенти во финансискиот систем и тоа со различен интензитет. Во оваа смисла, банките немаат перфектна информација за проектите, бизнисот, профилот или намерите на сопствените коминтенти како што и депозитарите немаат точна информација за ризикот кој го превземаат со реалокацијата на нивните пари. Со еден збор, постои отсуството на целосни информации за антиципирање на деловниот проблем. Примери на функционирање на асиметричните информации не се наоѓаат само на микро ниво, односно на класичните пазари, туку тие се иманентни и во јавниот сектор како и во макроекономската политика. Конкретни примери за тоа се разликите во информации помеѓу даночните обврзници (граѓаните) и државата како собирач на истите, различните информации помеѓу социјалните служби и лицата приматели на социјална помош кои нецелосно ги соопштуваат информациите за својот социјален статус, што пак претставува предуслов за добивање парична помош итн.

Бројот и комплексноста на одлуките кои менаџерите секојдневно ги носат е огромен и истиот има натамошна тенденција на интензивен раст. Основна причина за ваквата состојба во системот на деловното одлучување е зголемувањето на промените, комплексноста и парцијалната предвидливост на окружувањето. Секоја деловна одлука од страна на менаџерите има за цел максимизација на деловните ефекти и корисност, а минимизација на недостатокот од информации за одлучување и погрешно интерпретирање на асиметричните информации. Врз основа на интеграцијата на информациите од екстерното окружување, односно од општото и

окружувањето на дејноста, како и оние кои се прибрани од интерното окружување, пред се за ресурсите и способностите, се пристапува кон детерминирање на оние кои имаат особеност на асиметричност.

Основната функција на асиметричните информации во процесот на деловното одлучување, претставува: зголемување на веројатноста, особено субјективната, за интеграција на интересите на сите учесници; определување на димензиите на квалитетот за кои постојат најголеми разлики во определувањето на нивната вредност меѓу продавачите и купувачите; и зголемување на способноста на менаџерите за идно предвидување на тенденциите кај оние асиметрични информации кои имаат сигнификантно значење за нивниот пазарен сегмент.

Порастот на бројот на асиметричните информации, како и на степенот на нивното менување, во функција на времето, наметнува за секој носител на одлуки најнапред потреба од детерминирање на оние асиметрични информации кои поседуваат т.н. најголем потенцијал за влијание врз претпријатието. Од стојалиште на влезните инпути, тоа се оние асиметрични информации кои се поврзани со т.н. минималниот обем на ефикасност, а од гледна точка на финалните ефекти, тоа се оние кои се во релација со прагот на рентабилност. Вклучувањето на асиметричните информации во системот на деловното одлучување веќе воопшто не се поставува како дилема. Она што е одлика на високо квалитетните менаџери претставува нивното определување кои асиметрични информации во кој момент треба да бидат приоритетни при носењето на определена деловна одлука.

2. Димензии на апликативна употреба на асиметричните информации

Во економската литература од макро и микро економијата постојат бројни и, во основа, слични дефиниции за моралниот hazard, кој настанува како своевидна последица од асиметричните информации. Во редот на оние кои поседуваат најголема употребна вредност се издвојуваат следниве, според кои моралниот hazard:

- Претставува тенденцијата каде луѓето вложуваат помалку напор за заштита на оние добра кои се осигурани против оштетување или кражба (Frank, H., 1991);
- Се однесува на ситуации кога едниот учесник на пазарот не може да ги следи активностите на другиот. Од тие причини тој понекогаш се нарекува и проблем на скриена активност (Varian, H. R., 1990);
- Настанува кога осигурената индивидуа, во услови кога осигурителната компанија не може перманентно да ја следи и контролира, односно во услови на постоење на лимитирани и

асиметрични информации, е помалку претпазлива од онаа индивидуа што не е осигурена (Фити Таки, 2004).

Врз основа на овие дефиниции можеме да заклучиме дека главните особини на моралниот хазард се присуството на скриена акција, конкретно едната страна, на пример осигурителната компанија, не може да ја следи активноста на другата страна, т.е. осигуреникот, како и констатацијата дека страната чии активности се скриени ја зголемува веројатноста за негативен исход. На таков начин се зголемува пазарната неефикасност како резултат на дејството на асиметричните информации. Впрочем, моралниот хазард најилустративно ни покажува дека причините за евентуалната штета, како и нејзината висина, лежат како во надворешните фактори на кои не може да се влијае целосно, така и во грижата на осигуреникот за својот имот без разлика на видот, на која осигуреникот може да влијае целосно, а другата страна нема информација за тоа. Оттаму и нобеловецот Mirgrees во своите истажувања го поставува на преден план принципот на откривање, т.е. revelation principle, како можност за релативизирање на проблемите кои произлегуваат од асиметричните информации. Како резултат на овој принцип, тој смета дека едната страна која нема или има помалку информации, ќе и понуди на другата страна поттикнувачки договор, кој пак ќе дејствува стимулирачки втората страна да ги разоткрие своите информации. Притоа, и едната и другата страна, во таков случај, не работат спротивно на сопствениот интерес.

Консеквентно на тоа, постојат во принцип две техники кои можат да ги употребат осигурателите за да го дестимулираат моралниот хазард. Тие можат да употребат или deductibles, односно одбитоци или партиципација или пак дополнителни плаќања (co-payments), кои појмовно се дефинираат на следниов начин:

- *Одбитоци претставуваат услови во полисата за осигурување под кои осигуреникот се обврзува да плати иницијална штета до одреден поставен лимит (Katz, M. and Rosen, H., 1994);*
- *Заедничко плаќање се услови во осигурителната полиса под кои носителот на полиста плаќа одреден процент од штетата за која има барање за надокнада (Katz, M. and Rosen, H., 1994).*

Ако моралниот хазард е од тој тип да е поверојатно да се зголеми ризикот за губиток, тогаш осигурителот треба да го одбере инструментот за одбитоци, бидејќи тој инструмент ги заштедува неговите пари, како преку охрабрувањето за поголема грижа на осигуреникот, така и преку намалување на трошоците во процесирање и манипулирање со малите штети. Ако моралниот хазард може да го зголеми износот на платената штета, тогаш осигурителот треба да го избере инструментот за заедничко плаќање. На тој начин, колку е поголема штетата која осигуреникот треба да ја плати, толку е поголем делот и на осигуреникот, што стимулира и двете страни да дејствуваат штетата да биде што е можно помала или таа воопшто да не се случи. Постојат и спротивставени мислења дали може да

се практикува комбинирање на овие два инструменти, и оттаму постојат и различни ставови за таа целисходност, која се движи од ставот дека комбинирањето на двата инструмента може да влијае на намалување на бројот на штетите, за сметка на големината на штетите и обратно, па се до мислењето дека двата инструмента комбинирани во полисите за осигурување можат целосно да ги дестимулираат осигурениците да ги купуваат самите полиси. Дополнително кон овие предизвици, останува и проблемот на осигурителот да одбере што за него претставува поголем проблем, дали бројот на штетите или големината на штетите.

Од повеќето области каде се случува моралниот hazard, а со тоа се зголемува потребата од учество на државата во регулацијата, се издвојува секторот на здравственото осигурување. Првично, ако државата спроведува систем на општа здравствена заштита, односно постои задолжително плаќање во јавниот фонд за здравствено осигурување, како што е тоа случај во Република Македонија, присуството на моралниот hazard ќе биде поголемо, бидејќи граѓаните нема да внимаваат премногу на своето здравје, знаејќи дека или ќе немаат трошоци или трошоците за лекување ќе бидат помали ако се дел од здравствениот фонд. На ваков начин се зголемува и опасноста од зголемени трошоци за буџетот за здравство, па следствено и неговата хроничен дефицит. Соочени со оваа состојба, Владите ќе бидат приморани да воведат разни видови на даноци и субвенции за да го намалат моралниот hazard и плаќањата за конкретни ризични групи, како на пример да воведат повисоки даноци за тутунски производи, а за да се обесхрабрат ризичните групи на пушачи и да се финансираат трошоците поврзани со овој вид на лекување. Постоенето и на приватно здравствено осигурување нема да ги елиминира сите проблеми, дотолку повеќе што осигурениците можат да ги платат премиите, а осигурителите да ги платат и основните и дополнителни плаќања, како резултат на настанување на осигурениот настан. Во таа смисла, опциите за зголемено здравствено осигурување, не го намалува, туку го зголемува моралниот hazard, со оглед на фактот дека осигурениците во таков случај посветуваат помалку грижа за своето здравје.

Од сето погоре изложеното, можеме да заклучиме дека моралниот hazard е проблем на скриени активности кои ги зголемуваат непосакуваните идни исходи. На ваков начин, на пазарите на осигурување моралниот hazard настанува бидејќи потрошувачите можат да остварат целосно покривање на направената штета од полисата за осигурување, без да направат дополнителен напор и трошок за избегнување на штетата.

Неповолниот избор е уште една последица на асиметричните информации. Во економската теорија неа најпрво ја третира Akerlof(1970) и тоа на пазарот на половни автомобили. Инаку, во суштина и неповолниот избор е последица на тоа што страните на пазарот не располагаат со совршени и целосни информации помеѓу себе. Оттаму, тоа ја поттикнува и неефикасноста на пазарот, немање оптимален еквилибриум и целосно

врамнотежување на пазарите. Неповолниот избор можеме да го сретнеме на секој пазарен сегмент, но најголемо влијание е на пазарот на осигурување, на пазарот на половни автомобили, на пазарот на труд, на пазарот за образование, како и во финансискиот сектор, конкретно во делот на кредитирање на населението и стопанството. Ако го анализираме, на пример, пазарот на половни автомобили, ќе констатираме дека на него продавачите знаат се за карактеристиките на возилатата кои ги продаваат, но тоа не е случај и со купувачите. Значи, во присуство на асиметрични информации, постојат случаи каде многу полошо возило има повисока цена од некое подобро. Но, тоа не го гледаат купувачите и тие во носењето на своите одлуки ќе се водат единствено од цената. Токму затоа, евидентна е разликата помеѓу пазарот на совршена конкуренција, каде секој купувач водејќи се од карактеристиките на колата, а со тоа и цената, ќе купи или ново и поскапо возило, или старо и поефтино возило, односно пазарот идеално ќе се врамнотежи, и пазарот со асиметрични информации, каде купувачите заради отсуството на информации, и пројавените сомнежи за квалитетот спроти цената, ќе ја намалат побарувачката, на тој начин намалувајќи ја цената генерално, и на новите квалитетни, и на старите возила со ап्रेसирана вредност. Во таквиот случај, пазарот ќе потфрли и нема да оствари точка на рамномерна алокација на ресурсите. По намалената побарувачка, а со тоа и цена, продавачите на поквалитетни возила ќе одлучат да не продаваат, заради ниската цена, а ќе се продаваат возилата со лош квалитет и пониска цена. Крајниот ефект ќе биде повеќе продадени половни возила, а далеку помалку нови возила. Затоа и неповолниот избор се појавува кога производи од различен квалитет се продаваат по иста цена, бидејќи купувачите или продавачите, во моментот на купувањето, не се доволно информирани за да го определат вистинскиот квалитет.

Особено е важно е да се истакне дека заради асиметричните информации, купувачите тендерираат да ги упресочуваат своите производи и нивната цена. На сличен начин, може да постапи и осигурителната компанија. Бидејќи осигурителот не ги знае информациите за ризичните профили, тој ќе ја постави премијата за осигурување на средина, помеѓу лицата со низок и лицата со висок ризик, за да компанијата во најмала рака на крајот може да излезе на нула, без губитоци, но и профит. Кога така ќе постапи, лицата со низок ризик ќе чувствуваат дека плаќаат премногу за своето осигурување кое е поскапо во однос на нивниот низок ризик. Тоа може да резултира со нивно повлекување од осигурувањето, а тоа пак да повлече зголемување на ризикот на компанијата и покачување на премијата за осигурување, која пак уште повеќе ќе ги дестимулира лицата, особено оние со низок ризик да се осигуруваат. Основната констатација од овој процес е дека неповолниот избор, заради асиметричните информации, влијае на пазарниот неуспех.

Во теоријата се разработуваат две основни решенија во делот на неповолниот избор, односно заеднички и поделен еквилибриум.

Во заедничкиот еквилибриум високиот и нискиот ризик на потрошувачите се групирани со заедничка премија и покривање на штетата. Заради излегувањето од кругот на лицата со низок ризик, и цикличното зголемување на премијата, овој заеднички еквилибриум не претставува одржливо решение, бидејќи осигурителната компанија не може да прави профит на подолг временски период.

Кај поделениот еквилибриум, осигурителниот агент ќе се обиде да ги раздвои договорите на лица со висок и лица со низок ризик. Но, заради асиметричните информации, можно е лицата со висок ризик да се однесуваат како лицата со низок ризик, и на тој начин да купат полиса со поефтина премија. Како резултат на тоа, компанијата ќе се соочува со чести плаќања на лицата со реално висок ризик, кои купиле полиса со низок ризик и за кои премијата не е доволна да ги покрие честите плаќања на штети. Тоа на долг рок ќе ја доведе во прашање и профитабилноста, но и ликвидноста на компанијата. И од овој пример се заклучува дека поделениот има слични недостатоци како заедничкиот еквилибриум, но сепак кај него има одржливо решение. Постои опција осигурителната компанија при нудењето на двете различни полиси, да бара потрошувачите да се обврзат да платат дел од штетата доколку се направи. На тој начин, осигурениците имаат интерес да откријат дел од своите информации, не на своја штета, согласно принципот на откривање на Mirrlees. Имено, лицата со висок ризик ќе одберат полиса со висока премија и пониско заедничко плаќање на штетата, бидејќи тие ќе пријавуваат потреба за плаќање почесто, и почесто ќе плаќаат помалку пари, за сметка на поголемата премија која ќе платат на почетокот. За разлика од нив, лицата со понизок ризик, би одбрале полиса со пониска премија и поголема обврска за плаќање, бидејќи тие на тој начин би платиле пониска премија, а повисока сума за штети заедно со осигурителот, ако и кога ќе има еднократна потреба за тоа.

3. Улога и влијание на асиметричните информации на пазарот на осигурување

Основната функција на осигурувањето претставува превземање и временско и просторно дисперзирање на ризикот. Осигурителот има задача да го идентификува и вреднува ризикот и истиот да го превземе и дисперзира во портфолиото на ризикот на компанијата или во поширокото портфолио доколку дел од ризикот реши да го реосигура. Цената на чинење на превземениот ризик е премијата која осигурителот ја наплаќа од осигуреникот. Постапувањето на фер и оптимална актуарска премија е од исклучително значење за целиот процес на осигурување. Постапувањето на

превисок износ на премијата значи полесно превземање на ризикот и исплата на штетата во случај на настанување на осигурениот настан, но во услови на конкуренција, тоа подразбира и можност за губење на клиентите и нивно преминување во конкурентските компании или откажување од осигурувањето, што предизвикува губење на премиите како основен прилив за осигурителните компании. Поставувањето на премијата на пониско ниво, подразбира превземање на поголем ризик и исплата на финансиски средства-штети во поголема мера од прибраните премии, што директно ја загрозува ликвидноста, профитабилноста, а во случај на екстремни настани и солвентноста на компаниите. Во таа смисла, определувањето на фер и оптимална актуарска премија е директно поврзана со димензиите на асиметричните информации.

Во основа, утврдувањето на премиите кај неживотното осигурување се врши со помош на статистичките податоци за веројатноста за настанување на осигурениот настан и индивидуалната проценка за ризикот кој е предмет на осигурување, и со актуарските методи и таблици за доживување на смрт, кога станува збор за премиите во животното осигурување, дополнително имајќи ги во предвид и останатите елементи на конкурентните финансиски производи, пред се каматните стапки на депозитите. Оттаму, осигурителите, во рамките на менаџментот на ризикот, имаат обврска, да го намалат влијанието на асиметричните информации, како предуслов за определување на оптимална премија и намалување на исплатите на штети како резултат на скриената активност на осигурениците. Конкретно, ако се има во предвид мислењето на нобеловецот Џорџ Сиглер кој го воведува терминот профитабилност на информацијата, и смета дека стекнувањето на информацијата е исплатливо се додека маргиналниот трошок за нејзино стекнување не се изедначи со маргиналниот приход од нејзиното поседување, осигурителите треба да превземаат техники за откривање и намалување на асиметричните информации, кои се иманентни за секој сегмент од осигурителната активност.

Идентификувањето и мерењето на ризикот во една национална економија треба да претставува континуиран процес. Статистичките вредности за веројатноста за настанување на осигурениот случај кај неживотното осигурување можат да претставуваат појдовна основа, а не константа. Конкретно, зголемената изградба на индивидуални и колективни домови во државата, променливите стандарди во нивната изградба и дискутабилната контрола и надзор во градбата, можат сериозно да ја променат веројатноста за настанување на штета од пожар, поплава или последици од земјотрес на пример. Зголемениот број на половни автомобили во сообраќајот во последните години, исто така ја менуваат дотогашната веројатност за настанување на осигурени настани и штети. Начинот на живот, намалувањето на животниот стандард и квалитет на живот ја менуваат веројатноста за доживување на смрт или здравствени последици, а со тоа и исплата на штети, кога станува збор за животното

осигурување. Ваквата ситуација е дополнително усложнета со примената на димензиите на асиметричните информации кои осигурениците ги поседуваат пред и по стекнувањето на осигурителната полиса.

Еден таков случај претставува приватното здравствено осигурување, како дополнување на основното, јавно здравствено осигурување. Првата манифестација е неповолниот избор. Многу веројатно е дека луѓето кои одлучиле да купат дополнително здравствено осигурување се оние со нарушено здравје поради што и самите очекуваат да ја користат полисата доволно често за да ја изедначат и надминат вредноста на премијата која дополнително ја плаќаат. Заради асиметричните информации, нивниот вистински здравствен статус е исклучиво приватна информација и е непознат за јавниот Фонд за здравство или е прескапо тој да се дознае. Како резултат на овие асиметрични информации, и здравите и болните луѓе би можеле да плаќаат исти дополнителни премии, кои ако се превисоки заради неповолниот избор на "болните луѓе", „здравите“ луѓе би се откажале од осигурувањето, и обратно ако премиите се прениски, осигурителите би плаќале превисоки штети. Едновремено, присутен е и проблемот на моралниот hazard. Фактот дека осигурителот не може идеално да го следи осигуреникот прави осигуреното лице да проба да се однесува поинаку од времето кога не бил осигуран, односно да посветува помалку внимание на своето здравје, по осигурувањето, знаејќи дека ќе добие здравствена заштита. Типичен пример на морален hazard претставува потенцијалното невнимателно однесување на патниците кои поседуваат патничко осигурување, кое ја овозможува промената на нивното однесување по стекнување на истото.

Изразени се асиметричните информации и во сегментот на неживотното осигурување. Конкурентското окружување предизвикува осигурителот да понудува речиси идентична премија за осигурување од пожар или поплава на пример и за осигуреник кој живее во стара зграда, и знае дека електричната или водоводна инсталација е застарена и има дефекти и за оној кој живее во понов објект со посовремена инсталација. Премијата за дополнително автомобилско осигурување(каска) е идентична и за оној возач кој го користи автомобилот како основно средство за својата дејност, маркетинг или продажен агент на пример, и за оној кој со него ги остварува само своите животни и лични потреби. Покрај проблемот на неповолниот избор, и во двата примера, проблемот на моралниот hazard се надоврзува. Сопственикот на осигурениот стан покажува тенденција помалку да се грижи за својот стан, знаејќи дека истиот е осигуран од настанување на штети, како што возачите кои имаат повисок степен на автомобилско осигурување, помалку безбедно учествуваат во сообраќајот.

Целта на една осигурителна компанија е да ја испита и измери таа промена во однесувањето како би го поставила ризикот(премијата) и трошокот кој би го платила(штета). Вака експонираниот пазарен неуспех, како погоре опишаниот, може да се реши со нудење на избор на договори

каде што осигурениците би можеле сами да го изберат договорот како најсоодветен на нивните потреби и статус, без притоа да ја нарушат својата позиција, а во исто време, со своето идентификување да помогнат и да ги дадат своите информации на осигурителот. Тој избор на договори би вклучувал различни комбинации на надоместоци и тарифи, т.е. различни премии, кои луѓето можат да ги изберат. Во таа смисла, се користат различни комбинации на ко-плаќања(партиципации) и системи на диференцирани цени, односно ценовна дискриминација, која треба да го стимулира првично неповолниот избор, а потоа и моралниот hazard. Дополнителен напор би претставувало осигурителните компании да изградат систем за проверка на информациите, и да го минимизираат проблемот кој подразбира луѓето со висок ризик да бидат доминантни при купувањето на нивните производи, на начин што ќе го мерат ризикот и ќе ги прилагодуваат цените за тој ризик. Во таа насока се чекорите на компаниите за животно осигурување да бараат задолжителни медицински испитувања и одбиваат да дадат полиси на лица со тешки болести, како што и компаниите за автоосигурување наплаќаат многу поскапа полиса на возачи кои се казнувани за возење под дејство на алкохол, на пример.

Постоењето и влијанието на асиметричните информации може да се стави и во контекст на поширокото социјално опкружување на осигурителниот сектор, како специфична променлива. Имено, одредени истражувачи како Фукујама(1995) и Хофстед(1995) развиваат посебни анализи за влијанието на општествените култури во државите како фактор за влијание на осигурувањето. Тие ги делат државите на традиционални и либерални, и врз таа основа ги детерминираат факторите кои влијаат на однесувањето кон ризикот, а со тоа и осигурувањето. Традиционалните општества, во кои спаѓа и Р.Македонија, прибегнуваат кон т.н. „избегнување на неизвесноста“ и со формите на „колективизмот“, односно истакнувањето на семејството и заедницата, го намалуваат ризикот. Од една страна, тоа предизвикува намалување на класичните пазарни механизми на осигурителната активност, но од друга страна го намалува ефектот на асиметричните информации, и во целина креира пониско ризично однесување на единките, заштита на заедницата врз единката, а со тоа и поголема предвидливост на индивидуите во своето дејствување.

Заклучок

Асиметричните информации го оневозможуваат целосното врамно-тежување на пазарот и идеалната алокација на ресурсите. Тие влијаат на создавање на market failure, на истиснување на неговите учесници или пак на постигнување на рамнотежна цена на штета на некои од нив. Попрецизно истакнато, асиметричните информации влијаат да различни производи со различен квалитет, се продаваат по иста цена, како состојба

на неповолен избор, како и ситуација да осигурените индивидуи се однесуваат поинаку и помалку претпазливо откако ќе се осигураат, како состојба на морален hazard, на тој начин влијаејќи на неефикасноста на одделни пазарни сегменти. Економската теорија и практика се единствени во определбата дека асиметричните информации не можат целосно да се елиминираат. Токму затоа, основната задача во однесувањето кон нив е тие да се релативизираат, односно да се создаде поттик субјектите кои располагаат со помалку информации да ги стимулираат другите да откријат дел од своите информации. Овој „принцип на откривање“, манифестиран и конкретизиран во повеќе форми, овозможува да се намали влијанието на проблемите на асиметричните информации. Иако се присутни безмалку на сите пазари, нивното нагласено влијание се согледува на пазарот на осигурување, финансискиот систем, здравствената заштита и даночниот систем, дејности кои остануваат предизвик за понатамошните научни истражувања и сознанија.

Независно дали нивното релативизирање ќе се извршува преку пазарните сигнали кои имплицитно ќе ги откријат информациите кои недостасуваат, преку солуциите базирани на репутација кои ја намалуваат исплатливоста за криење на информации, или пак преку решенијата од пазарен тип кои се применуваат доминантно на пазарот на осигурување, сеедно, асиметричните информации потврдуваат дека нивната регулација е неопходна, особено државната. Оттаму, една од идните обврски на економската наука кон нив останува доработка на концептот за диверзифицирана понуда на добрата и услугите како начин за намалување на проблемите на неповолниот избор и моралниот hazard.

Литература

1. Akerlof, George A. "The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism". *Quarterly Journal of Economics* (The MIT Press), (1970).
2. Cole, Rebel A.; Eisenbeis, Robert A.; McKenzie, Joseph A.: "Asymmetric-Information and Principal-Agent Problems as Sources of Value in FSLIC-Assisted Acquisitions of Insolvent Thrifts", *Journal of Financial Services Research*, Feb. 94, Vol. 8, Issue 1
3. Fiti, Taki: "Fundamentals of microeconomics", Faculty of Economics Skopje, Skopje, 2004
4. Frank, H.: "Microeconomics and Behavior", McGraw Hill Publ., New York, 1991
5. Katz, M. & Rosen, H.: "Microeconomics", 2nd Ed., Irwin Publ. Co., Chicago, Illinois, 1994
6. Sandmo, Agnar. "Asymmetric Information and Public Economics: The Mirrlees-Vickrey Nobel Prize" *Journal of Economic Perspectives*, 1999.

7. Tzeng, Y. Larry, Wang L. Jennifer, Wang C. Kili, Wang Jen-Hung: “*Provider-induced Asymmetric Information in the Insurance Market*”, McGraw-Hill Publ., London, 2001
8. Varian, H. R.: “*Intermediate Microeconomics: A Modern Approach*”, 2nd ed., W. W. Norton and Co. Publ., New York, 1990
9. Vukina, Tomislav & Nestie Danijel: “*Asymmetric Information in Health Insurance: Some Preliminary Evidence from the Croatian State-Administered Supplemental Plan*”, Research Paper of the Croatian Scientific Institute, Zagreb, 2005
10. Yost, Jeffrey A.: “Intra-Firm Resource Allocation and Transfer Pricing Under *Asymmetric Information: A Principal-Agent Analysis of Decentralized Decision-Making in a Multi-Division Firm*”, *Journal of Management Accounting Research*, Sep. 90, Vol. 2

CONCEPT OF ASYMMETRIC INFORMATION AND IMPACT ON INSURANCE MARKET

*Drage Janev, Ph.D.
Igor Ivanovski, M.Sc.*

Abstract

The existence and impact of asymmetric information is immanent in the insurance market . Insurance activity involves detecting, evaluating, managing , accepting and dispersing risk . The value of risk expressed through premium is directly related to the identification and measurement of risk and the information about it , as in life , and in the non-life insurance . Therefore , understanding the concept and reducing the negative effects of asymmetric information are essential for the functioning of the insurance market, effective risk dispersion and creating a fair and optimal premiums as a necessary element for establishing the relationship between insurer and insured. In this sense, manifestations of asymmetric information, moral hazard and adverse selection are important elements in determining the activities and elements of the insurance market. Their continuous research, determining the mechanisms of absorption and their relativization are extremely important for the growth and development of insurance in Republic of Macedonia.

Keywords: *asymmetric information, insurance activity, moral hazard, adverse selection*

**ФАКТОРИ НА
ПОТРОШУВАЧКА ПРИ
КУПУВАЊЕТО НА ЗДРАВА
ХРАНА**

УДК:
339.133.4:631.95]:303.62(100)

Д-р Елена Дорева

Апстракт

Аристотел и Галилеј дале свое мислење за материјата која или мирува или се движи според тоа и човекот е материјално битие кое постојано брза некаде. И светот во кој живееме денес е материјален. Галилеј победил не само научно, туку и за поимот за смислата на животот. Постојано се брза некаде: по работа, по пари, по предмети, по успех. Човекот полека, но сигурно, се роботизира, изменувајќи многу од секојдневието. Единствената одбрана од таквите механички форми и облици на живот, коишто човечките суштества ги претвораат во униформен, безличен материјален облик на постоење, е одржувањето на врските со природата, а врската со природата човекот ја одржува преку земјоделското производство. Враќањето кон автохоторните отпорни сорти го афирмира традиционалниот начин на обработка на земјоделските површини, што овозможува природно одржување на квалитативните својства на земјата, како предуслов за производство и користење здрава храна. За потребите на овој труд користен е методот на испитување, со цел да се откријат факторите кои влијаат врз потрошувачката на здрава храна. Како инструмент за истражувањето е користен анкетен прашалник составен од 15 прашања од затворен тип. Истражувањето е спроведено врз намерен примерок од 120 испитаници на возраст од 20 до 35 години. Од добиените резултати, како прворангиран фактор со просечна оценка 4,2 е цената на производот, второрангиран фактор со просечна оценка 3,62 се верувањата и ставовите на потрошувачите во поглед на здравата храна, треторангиран фактор со просечна оценка 3,45 е рокот на употреба на производот, четврто-рангиран фактор со просечна оценка 2,39 е амбалажата и ознаките за обележувањето на храната како здрава, петторангиран и последен фактор со просечна оценка од 2,01 е производителот и неговото потекло.

Клучни зборови: *храна, органско производство, модификации, генетски модификации.*

Вовед

Предмет на истражување на овој труд се факторите на потрошувачка и нивното влијание при купувањето на здрава храна. Движењата и проекциите за 2050 година, глобално и за различни региони на светот, во голема мера се должат на забележаните потрошувачки трендови. Низ светот, во исхраната се случуваат големи промени, пред сè како резултат на значителните здравствени последици со кои се соочува населението во речиси сите земји. Промените во земјоделската пракса во текот на изминатите 50 години имаа за цел да се обезбеди храна за својот народ преку зголемување на продуктивноста, поголема разновидност на храната и помала сезонска зависност. Достапноста на храна се зголеми и како последица од зголемувањето на семејните приходи и паѓањето на цените на храната. Но сепак, повеќе од 1 милијарда лица во светот одат на спиење секоја ноќ гладни. Земјоделски биотехнологии треба да помогнаат да се реши овој проблем со тоа што е можно повеќе да се одгледува храна која ќе биде поздрава во услови и места каде што таа не можела да биде одгледувана порано. Здравата храна може да се одгледува и на досегашните обработливи површини, но без користење на некакви хемикалии и пестициди за таа да остане здрава за консумирање. Новите земјоделски биотехнологии понудија голема надеж за производство на доволно храна за светската популација која расте со геометриска прогресија. Во Р. Македонија нема проблеми со нуклеарен отпад, нема хемиски депонии или големи индустриски фабрики кои ја загадуваат природата, па, поради тоа, во пошироката домашна јавност општо прифатено е мислењето дека во РМ се произведува здрава храна, дека населението се храни здраво и сл.. Но, дали брзото темпо на живеење внесе измени и во нашата секојдневна исхрана? Каква е состојбата на пазарот за здрава храна во Р. Македонија и колку македонските потрошувачи се хранат здраво?

Цели на истражувањето се: разбирање на значењето на поимот здрава храна; одредување на карактеристиките на личноста кои го сочинуваат актуелниот пазар за здрава храна; откривање на факторите на потрошувачка кои стојат зад купувањето на здрава храна и имплементација на сознанијата во рамките на практичните маркетиншки цели.

1. Методологија на истражувањето

При изработката на трудот се користени секундарни податоци. За прибирање на примарни податоци, користен е методот на испитување. Како инструмент за истражувањето е користен анкетен прашалник, составен од 15 прашања од затворен тип. Истражувањето е спроведено врз намерен

примерок од 120 испитаници на возраст од 20 до 35 години. Заклучоците се донесени по пат на дедукција како еден од најприфатливите начини на аргументирање.

2. Здрава храна – дефинирање и карактеристики

Во поново време и кај економистите и кај маркетерите кои го истражуваат однесувањето на потрошувачите водечките истражувачки теми се поврзани со прашањето: Што, како и зошто луѓето консумираат здрава храна? Предводниците на јавни политики и социјални коментатори го проучуваат однесувањето на потрошувачите за да ги ублажат проблемите како прекумерната потрошувачка, прекумерното јадење, прекумерното трошење на пари, злоупотребата на дроги и алкохол, прекумерното коцкање и сл. Доколку овие теми се сфатаат од перспектива на потрошувачот, тоа ќе им помогне на креаторите на политики, на групите чиј интерес се потрошувачите и на бизнисите да развијат најдобри методи за да допрат до потрошувачите преку соодветни информации. (Блеквел Р.Д и Минијард П.В., 2010 стр.9). Многу истражувачи признаваат дека факторите кои го стимулираат однесувањето, најверојатно, се различни од факторите кои ја овозможуваат неговата упорност. Повеќето теоретичари претпоставуваат дека голем дел од факторите се вклучени во извршувањето на сите реакции. Но, главните прашања меѓу маркетерите во целина се сведуваат на испитување на степенот на влијание кое одделните фактори го имаат врз однесувањето на потрошувачите при купувањето на здрава храна како резултат на промените во однесувањето.

Иако денес за исхраната и за прехранбените производи знаеме како никогаш досега, истовремено нашата исхрана е крајно неквалитетна и неприлагодена на секојдневните потреби. Живееме во изобилство на храна, а човекот никогаш досега во историјата не се хранел толку лошо. Внесувањето на бројот на калории по глава на жител бележи стапки на постојан пораст во светски рамки, почнувајќи од 1969, па сè до 2001 година.

Во тој поглед, глобално значајни промени се направени со дневното зголемување на потрошувачката од 2411 на 2789 kcal по глава на жител (зголемување од околу 400 kcal по глава на жител) во периодот од 1969/1971 и 1999/2001. Ваквата тенденција според предвидувањата ќе продолжи и во периодот до 2015 година, а и од 2015-2030 година за да го достигне својот врв во 2050 година.

Табела 1 Потрошувачка на храна по глава на жител (kcal по жител дневно)

	1969/1971	1979/1981	1989/1991	1999/2001	2015	2030	2050
Свет	2411	2549	2704	2789	2950	3040	3130
Земји во развој	2111	2308	2520	2654	2860	2960	3070
Африка	2100	2078	2106	2194	2420	2600	2830
Латинска Америка	2465	2698	2689	2836	2990	3120	3200
Јужна Азија	2066	2084	2329	2392	2660	2790	2980
Источна Азија	2012	2317	2625	2872	3110	3190	3230
Индустриски земји	3046	3133	3292	3446	3480	3520	3540
Земји во транзиција	3323	3389	3280	2900	3030	3150	3270

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

По својата генетска предодреденост длабоко во себе човекот знае да се храни здраво, но тоа не го применува. Со посегнувањето по брза храна, внесување на празни калории без никакви нутритивни вредности со кои само го труеме, нашето тело секојдневно го плаќа данокот на лошата исхрана, со болестите на модерното време: вишок на килограми, дијабетес, алергии, кардиоваскуларни болести, автоимуни болести и, секако, малигните заболувања кои се во огромен пораст.

Што сè се подразбира под поимот храна? Под храна се подразбира и водата за пиење од јавните системи за снабдување со вода за пиење, пакуваната вода за пиење наменета за пазар, водата наменета за производство на храна, како и гумите за цваќање. Храната од животинско потекло е составен дел на животинското тело во сурова, полупреработена или преработена состојба, риби, млеко, јајца и производи и преработки, со или без додатоци од месо, риби, млеко и јајца, икра, мед и други производи од пчели, како и ракови, школки, полжави и жаби и производи и преработки од нив. (Сл. весник на Р. Македонија, 2002).

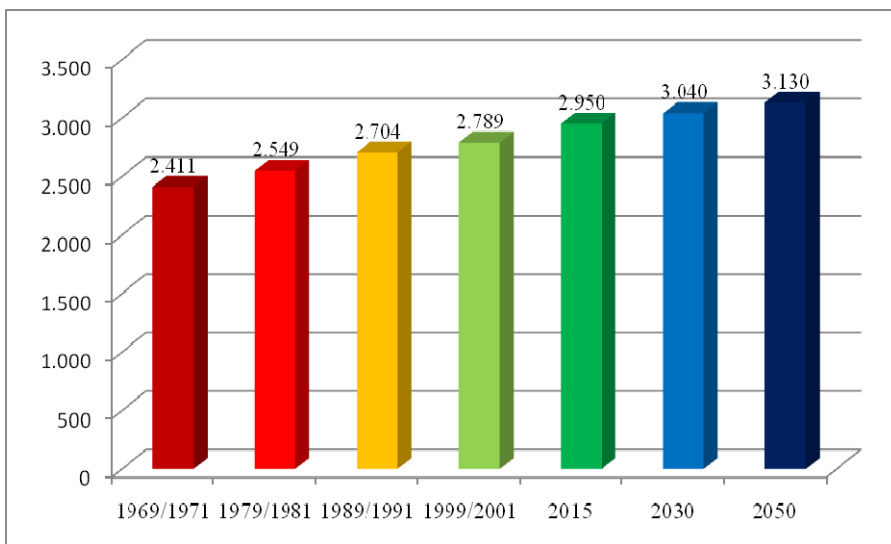
Но да се дефинира здравата храна е навистина тешко. Дефинициите за поимот здрава храна варираат во зависност од изворот и од контекстот, како и авторот кој ја дал таа дефиниција, иако во глобала е тешко таа да се дефинира. Сите автори, иако различно ја дефинираат здравата храна, сепак се согласни дека таа треба да содржи определено количество од сите видови корисни материи (протеини, јагленохидрати, масти, витамини и минерали) за човечкиот организам да функционира најдобро.

Под здрава исхрана се подразбира и внесувањето на балансирано количество на протеини, јаглени хидрати, масти, витамини и минерали преку исхраната за обновување на енергијата. Тоа значи, внесување на поголеми количини на протеини и јагленохидрати, а помалку масти (Канцер, 2012). Концептот на „здравите закуски“ со себе го носи

неизбежното прашање „поздраво од што“, бидејќи не постои храна која може да се спореди со друга и да се каже дека е „помалку здрава“. Ако страдате од алергија на пченица, вие не би конзумирале тестенини од пченица, иако во глобала е потребно да се внесува како храна во организмот и е здрава (Booth R.G. 2000 p.285).

Во исхраната особено е важно внесувањето на витамини и минерали, кои ги има најмногу во свежото овошје и во зеленчукот. Здравата исхрана го зајакнува природниот имунитет на организмот и му овозможува полесно да се одбрани од многу штетни влијанија и болести.

Графикон 1 Глобална потрошувачка на храна по глава на жител (kcal по жител дневно)



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

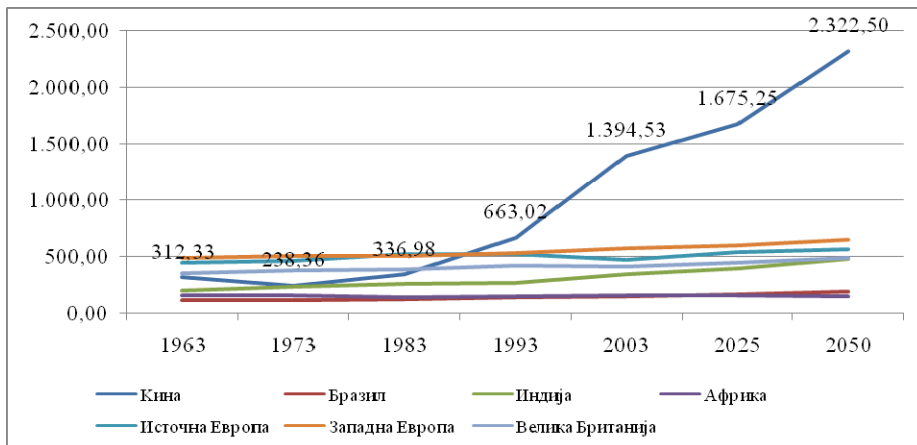
Овошјето и зеленчукот се богати со витамини и минерали, кои се природни одбранбени состојки против многу болести. Научниците, сеуште не ги откриле сите хранливи состојки, кои делуваат како заштита на организмот против болестите. Затоа се препорачува да потребните витамини и минерали се внесуваат преку свежото овошје и зеленчук, а не преку синтетските препарати, разни додатоци или екстракти од храна, кои може да се купат во аптеките. (Канцер, 2012) Дневната потрошувачка на зеленчук и овошје во грамови по глава на жител се разликува од регион до регион

Табела 2 Потрошувачка на зеленчук и овошје по региони (дневно/грамови/глава на жител)

		1963	1973	1983	1993	2003	2025	2050
Кина	Зеленчук	312,33	238,36	336,98	663,02	1394,53	1675,25	2322,5
	Овошје	10,96	16,44	24,66	65,75	134,25	176,91	250,91
Бразил	Зеленчук	109,59	109,59	120,55	134,25	145,23	165,35	189,35
	Овошје	213,7	213,7	221,92	224,66	260,27	268,55	294,55
Индија	Зеленчук	200	235,62	263,02	271,24	345,2	399,54	481,04
	Овошје	68,49	65,75	71,23	87,67	101,37	122,21	144,21
Африка	Зеленчук	156,16	156,16	136,98	145,2	153,42	151,59	147,59
	Овошје	147,95	156,16	153,43	147,95	131,51	131,96	121,71
Источна Европа	Зеленчук	443,84	463,01	520,55	520,55	472,61	530,83	559,58
	Овошје	112,33	131,51	156,16	156,16	183,56	215,9	257,65
Западна Европа	Зеленчук	482,19	495,89	500,37	528,77	569,87	598,02	650,02
	Овошје	221,92	257,53	246,58	295,89	320,55	375,15	434,15
Велика Британија	Зеленчук	353,42	378,08	386,3	421,92	408,22	445,12	483,37
	Овошје	161,64	180,82	175,34	216,44	315,07	343,98	429,48

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

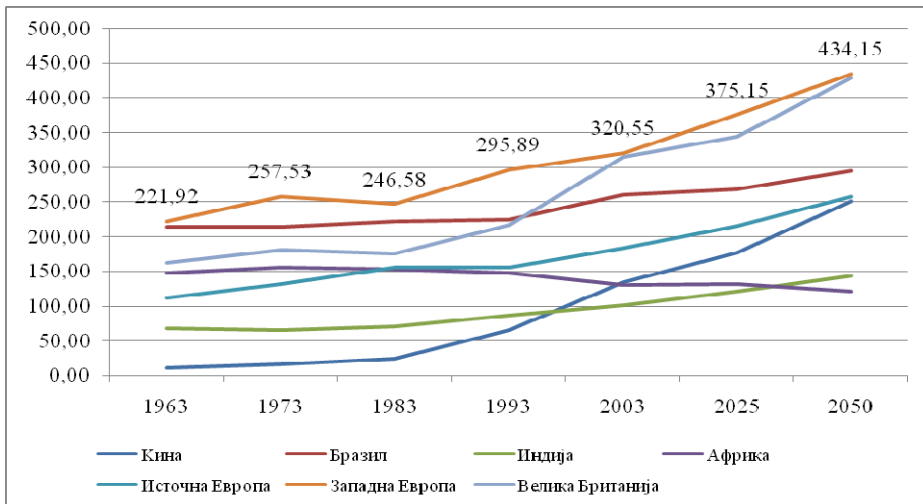
Графикон 2. Потрошувачка на зеленчук по региони (дневно/грамови/глава на жител)



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

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

Графикон 3. Потрошувачка на зеленчук по региони (дневно/грамови/глава на жител)



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

Овој пораст ќе биде особено изразен во периодот до 2025-2050 година во речиси сите земји, со исклучок на Африка, каде проценките упатуваат на определен пад во потрошувачката по глава на жител. Така, на пример, во Индија е поголема потрошувачката на зеленчук, а во некои е поголема потрошувачката на овошје.

Дефиницијата за здрава храна не е ограничена само на хранливите материи кои храната ги содржи. Принципи за храната да биде здрава се (Prevention-institute, 2012):

- Да вклучува целина од минимално преработени: овошје, зеленчук, цели зрна, мешунки, јаткасти плодови, семиња, јајца, млечни производи, месо, риба и живина.
- Да содржи дел од природата и да е составена од хранливи материи (на пример, витамини, минерали, фито-хранливи материи).
- Да се произведува без додавање на хормони или на антибиотици;
- Да е обработена без вештачки бои или вкусови или непотребни конзерванси;
- Да се произведува, преработува и транспортира на начин на кој ја спречува експлоатацијата на земјоделците, работниците, како и природните ресурси и сурово постапување со животните;
- Да ги третираат сите животни човечно;
- Да заменува фосилни горива со обновливи извори на енергија;
- Да биде достапна, пристапна и прифатлива за секого/

3. Фактори на потрошувачка при купување на здрава храна

Како фактори кои се метаат за истражување од страна на компаниите, освен економските и социолошките фактори, се јавуваат и психолошките фактори (мотивацијата и перцепцијата, учењето на потрошувачот, знаењето), а особено верувањето и ставовите. Поради специфичноста на ставовите и верувањата на потрошувачите за здравата храна, во натамошниот текст тие ќе бидат детално анализирани. Специфично за ставовите и верувањата како фактори е тоа што тие тешко се менуваат откако ќе бидат стекнати, а имаат големо влијание врз потрошувачот при купувањето на одреден производ. Верувањата се начинот на кој луѓето размислуваат за одредена тема или производ. Ставовите се поволни или неповолни мислења, тенденции или чувства за одреден предмет. Верувањата и ставовите ја обликуваат перцепцијата на потрошувачот за производот. Овие фактори тешко се менуваат, бидејќи произлегуваат од личноста на поединецот и од начинот на живот. Потрошувачите често ги игнорираат информациите кои се спротивни од нивните верувања и ставови. Тие имаат тенденција селективно да ги задржат информациите, поврзани за одредени производи или услуги. (E how, 2012)

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

При истражувањето беше користен намерен примерок од 120 лица на возраст од 20 до 35 години. Како инструмент за истражување е користен прашалник со 15 прашања од затворен и отворен тип.

Првото прашање содржеше две прашања чија цел е да се утврди полот и возраста на испитаникот. Во оваа истражување 20% беа припадници на машкиот пол, а останатите 80% се жени.

Најголемиот дел од испитаниците и тоа дури 70% стојат зад сопствениот став дека знаат што е тоа здрава храна и не претпочитаат кога купуваат во продавница да гледаат на производот дали е здрав или не е за консумирање. На второ место е ставот дека потрошувачите секогаш се држаат до ставот да купуваат здрава храна, додека, пак, 3% од потрошувачите се изјаснуваат дека никаде не пишува дали производот е здрав, а останатите 2% никогаш не се придржуваат до тоа храната да е здрава или, пак, досега не размислувале на темата да се хранат здраво.

Едно од најважните прашања кое им беше поставено на испитаниците е прашањето во кое требаше да се направи рангирање за да се открие кои фактори имаат најголемо влијание при купувањето на одреден прехранбен производ. Од добиените резултати може да се заклучи:

1. Прворангиран, а воедно и најзначаен фактор со просечна оценка 4,2, е цената на производот. Значи, сепак при купувањето потрошувачите внимаваат на тоа дали производот е скап или ефтин и дали одговара да се купи соодветно на приходите со кои се располага. Посебно во денешни услови на економска криза не е чудно дека цената е посебно битен фактор при набавката на храна. Трошоците за храна опфаќаат голем дел од трошоците на потрошувачката кошница на едно семејство и во услови на економска криза, нормално е да се внимава што се купува и колкава е неговата цена.
2. Второрангиран фактор при купувањето на храна со просечна оценка 3,62 се верувањата и ставовите на потрошувачите во поглед на здравата храна.
3. Треторангиран фактор при купувањето на храна со просечна оценка 3,45 е рокот на употреба на производот. Често пати поминатиот рок на употреба е причина за расипување на производот и причина потрошувачот да се здобие со негативни последици по неговото консумирање.
4. Четвортрангиран фактор при купувањето на храна со просечна оценка 2,39 е амбалажата и ознаките за обележувањето на храната како здрава. Со амбалажата потрошувачот го воспоставува “првиот контакт“. Таа зборува на тивок начин за производот и, ако е примамлива, може да го натера потрошувачот да го купи.
5. Петто рангиран и последен фактор при купувањето на храна со просечна оценка од 2,01 е производителот и неговото потекло.

Исхраната е многу битен фактор за здравјето на човекот. Секојдневно ја внесуваме и со тоа ја обновуваме енергијата што сме ја потрошиле. За да утврдиме дали и нашите испитаници се сложуваат со ова мислење, им беше поставено следното прашање – Дали се согласувате со ставот дека исхраната е многу битен фактор кој влијае на нашето здравје? Најголем дел од испитаниците се согласуваат дека исхраната е многу битен фактор за здравјето на човекот. Дури 97% од испитаниците стојат на ставот дека храната е битен фактор за здрав начин на живеење. Еден процент од испитаниците е неутрално изјаснет, а додека, пак, 2% не се согласуваат со овој став.

Јадењето на здрава храна е главна цел за повеќето луѓе, но често пати тешко редовно се практикува. Работните и семејните обврски честопати ни одземаат значаен дел од нашето слободно време, така што многу често е полесно да се излезе во ресторан отколку да се подготвуваат оброците дома. Согледувајќи го проблемот со дебелината и со лошото здравје, Американците ги натераа рестораните да служат исклучиво здрава храна, дури и објектите за брза храна во своето мени ставија здрава храна, грижејќи се за здравјето на потрошувачите.

Бургер Кинг промовира производ-салата со помалку масти и калории кој е насочен кон модерниот потрошувач со добра телесна градба.

Сабвеј (Subway) е прераснат во синцир со повеќе продажни места од Мек Доналдс (Mc Donald's) со помош на Царед Фогл кој доволно успешно ослабел јадејќи во Сабвеј и станал главен водител на телевизија. Вендис (Wendy's) толку сензационално ги претставил своите салати "Garden Sensations" (Чувствувајте ја градината), што тие ги привлечле потрошувачите да избираат поздрава храна во рестораните на Вендис. Како резултат на тоа, вкупната продажба на салати од страна на Вендис се зголемила од 3% на повеќе од 12%. (Блеквел Р. Д; Минијард П.В., 2010 стр.11).

Што претставува за вас органска храна и дали мислите дека во Р. Македонија таа се произведува и дали е скапа за купување - е осмото прашање и е прашање од отворен тип. На оваа прашање од испитаниците се бараше да ја дефинираат органската храна и да дадат свое мислење дали се произведува во Р. Македонија. Повеќето од испитаниците - 76% органската храна ја дефинирале како храна која е одгледувана на природен начин и во неа нема некои хемикалии и е многу здрава за јадење. Но таквата храна е скапа за купување и можаат да си ја дозволат ако ја одгледуваат само дома на сопственото земјиште. За производството на таква храна во Р. Македонија и не се најдобро запознаени, велат дека се произведува органска храна, но досега тие не сретнале храна која била обележана како органска, произведена во посебни улови. И навистина во Р. Македонија се произведува органска храна, но многу ретко на локалните пазари ќе сретнете храна обележана како органска која се продава и ваквата храна одгледувана на посебен начин е поскапа од обичната функционална храна. Производството и продажбата на здрава храна во светот одат со циновски чекори напред, а кај нас најголем дел од земјоделците и не знаат што е органско производство, проблем што источниот плански регион сака да го реши. Најголем дел од земјоделците кај нас не знаат што е тоа производство на органска храна, иако во последните десет години вкупната продажба на органски производи во светот е неколкукратно зголемена. Во овој бизнис годишно се вртат повеќе десетици милијарди евра, но кај нас површините под здрава храна се симболични, земјоделците не се доволно информирани за производство на органска храна, иако Р. Македонија има добри услови за развој на овој вид производство. (Дневник, 2012).

Во последната деценија обртот од продажбата на овие производи се зголемил од 12 на 51 милијарда долари, а површините биле зголемени од 11 милиони во 1999, на 35 милиони во 2009, а во 2012 година под органска храна во светот се очекува да бидат 46 милиони хектари. Во Европа најголеми консументи на здрава храна се развиените земји. Германија троши најмногу на неа, по шест милијарди евра годишно, но на жител купена здрава храна пред неа се Данска, Швајцарија и Австрија. Ширењето на органското производство е глобален тренд. (Дневник, 2012)

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

За жал, бројот на консументи на органска храна во Р. Македонија е минимален. Надворешните пазари се рестриктивни и тешко достапни. Малкумина знаат дека Алкалоид, иако е примарно фармацевтска компанија, е првата на Балканот со органски сертификат за дел од чаевите, добиен уште во 1997 година. Меѓу првите компании кои прават органски производи е и Виталиа. Виталиа произведува органски џемови и чаеви, пред сè, поради својата определеност за поддршка на овој перспективен сегмент, но засега без комерцијални ефекти. Последните години, како последица на економската криза, продажбата на органски производи во развиените земји опаѓа, а тоа се должи на стандардно повисоките цени на овој тип производи, предизвикани од спецификите на производството. Единствено решение за поттикнување на потрошувачката на органска храна е ценовното изедначување со конвенционалната храна, а тоа е можно преку субвенционирање на производството и преку промоцијата на овие производи. (Капитал, 2012).

Заклучок

Целта на овој труд е да придонесе во разбирањето на факторите на потрошувачка при купувањето на здрава храна, со цел да се осознаат клучните мотиватори на македонските потрошувачи при нејзиното купување. Притоа, поставените цели на истражувањето во трудот се целосно исполнети.

Во денешно време на турбуленции и брзања, луѓето знаат што е здрава храна, но понекогаш немаат време или влијанието на други фактори ги спречуваат тие да не го почитуваат правилниот режим на исхрана. Големо влијание за неправилното исхранување е неедукацијата на луѓето како да се хранат здраво.

– Луѓето претпочитаат да консумираат органска храна за семејството од определени причини, вклучувајќи: верување дека тие се поздрави, немаат пестициди, тие се похранливи, еколошки и вкусни и не се генетски модифицирани, но поради финансискиот фактор тие не можат секогаш да си дозволат ваков вид на исхрана, затоа што ваквата исхрана е многу поскапа од функционалната храна која секојдневно се продава.

– Во Р. Македонија сè уште целосно не е разбудена свеста за здравиот начин на живот, а големо влијание има и недостатокот на финансиски средства. Побогатите луѓе во општеството можаат да си дозволат здрава исхрана.

– Производителите на здрава храна го следат овој тренд на подигање на свеста кај луѓето за здрав начин на исхрана и од ден на ден сè повеќе ги

менуваат своите производи, исфрлајќи ги производите што се третираат како брза храна и на нивно место внесуваат производи кои се здрави и кои не содржат штетни материји.

– Луѓето сè повеќе читаат списанија и весници или им веруваат на информациите од телевизиската и сè повеќе осознаваат за начинот на кој тие треба да се хранат. Ставовите за досегашниот начин на исхрана ги менуваат врз основа на новодобиените информации. Така постепено се менува и ќе се менува начинот на исхрана на територијата на Р. Македонија, што не е ништо поразличен од останатите земји во светот.

– Продавниците за здрава храна од ден на ден сè повеќе растаат и на територијата на Р. Македонија. И тие се еден вид на тренд на пазарот. Од ден на ден нивниот број се зголемува, но се зголемува и асортиманот на производи во тие продавници, како и бројот на посетители од лубопитност кои понекогаш стануваат и купувачи, купувајќи производ кој на прв поглед бил примамлив за нив.

Луѓето во Р. Македонија сè повеќе консумираат здрава храна. Светскиот тренд на здрав живот од ден на ден сè повеќе се практикува и кај нас. Нашиот пазар на здрава храна е мал, затоа и поголем дел од нашето органско производство се извезува. Но сè поголемата едукација на луѓето ќе направи одредени пресврти кај побарувачката за здрава храна. Кај луѓето се буди свеста дека единствен “господар” на сопственото здравје се самите тие, а долго ќе владеат ако се хранат добро.

Библиографија

- Ahlstrom D. and Bruton G.D. (2010) *International Management- Strategy and Culture in the Emergiin World* Cengege Learning Mason .
- Блеквел Р.Д; Минијард П.В. (2010) *Однесување на потрошувачите* Меѓународен универзитет Флорида, Истерн колеџ.
- Douglas A. Bernstein (2011) *Essentials of Psychology*, Wadsworth Cengage Learning Belmont.
- Michael A.S. & Saks J.A (2011). *Perception, Attribution, and Judgment of Others. Organizational Behaviour: Understanding and Managing Life at Work* New York.
- Mullen B. ; Johnson G. (1990) *The psychology of consumer behavior* Hillsdale New Jersey.
- Watson R.R. Preedy V.R. (2010) *Bioactive foods in promoting health fruits and vegetables* Elisevier San Diego.
- Маја Бајалска-Георгиевска, „Криза или не инвестирајте во органска храна“, Капитал 15 февруари 2012 година).
- Imedia, (2012) <http://blogs.imediaconnection.com> ,посетено на 02.06.2012.
- Escoffier, (2012) <http://escoffier.com/index.php/content-categories/articles/food-business-articles/99-current-trends-in-foodservice>, посетено во мај 2013 година.
- Natura, (2012), <http://www.natura-plus.net/categories/view/30> ,посетено на 6.6.2013 година

- Prevention-institute, (2012), <http://preventioninstitute.org/component/jlibrary/article/id-58/127.html>, посетена 10. 01.2012.
- Канцер, (2012), http://rak.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=784:zdrava-hrana&catid=105:ishrana&Itemid=218, посетено на 10 април 2012 година.
- Dnevnik,(2012), <http://www.dnevnik.com.mk/default.asp?ItemID=1A8B1955 B72 DDA458F4 B838E321ED747>, посетено на 12.05.2013 година.
- E how, (2012) http://www.ehow.com/list_7599973_psychological-influence-consumer-buying-behavior.html#ixzz, посетено на 2 ноември 2011 година.
- Educational Psychology, (2011), http://www.edpsycinteractive._org/topics/motivation/motiva2.gif?Jaig9Px, посетено на 2 ноември 2011 година.
- Службен Весник на Р.Македонија, (2002), <http://www.igu.gov.mk>, посетено на 8.05.2013 година.
- Intitute for healt research and policy, (2012) <http://www.ihrp.uic.edu> ,посетено на 12.05.2013 година.

FACTOR OF CONSUMPTION AND THEIR INFLUENCE ON BUYING HEALTHY FOOD

Elena Doreva, Ph.D.

Abstract

Aristotel and Galileo have said that the material either moves or rests. According to them the man is a material creature that keeps on moving. Actually Galileo has taught us a big life lesson. It's a fact that we live in the material world where the most important thing is money. The books are exchanged with computers and other mechanical devices. People have no longer time to read a good book because they are constantly in a hurry and need more time or money. We should rebel against rapid tempo of life and try to settle things down. In fact, we should go back to nature and put an end to the monotony of life. We have the most fertile soil in Europe but agriculture is a bit old-fashioned. Though we know the advantages of organic food we do nothing to change our behaviours. Incorporating organic material into chalky soils will reduce the alkalinity. We should promote traditional way of planting crops in order to produce healthier food. We must do something for ourselves, for our health.

Keywords: *food, organic production, modifications, genetic modifications*

ПРИНОС НА СРЕДСТВА И ПОДОБРУВАЊЕ НА КОНКУРЕНТСКАТА ПРЕДНОСТ

Д-р Зоран Миновски

Апстракт

Еден од показателите на профитабилноста во работењето на компаниите е, секако, приносот на средства. Овој показател го покажува приносот во вид на добивка од ангажираните средства во определен временски период. Показателот ја покажува способноста на менаџментот за ефикасноста на употребата на средствата на фирмата за генерирање на профит и второ, го покажува вкупниот принос од користење на средствата независно од изворот на капитал. За да се оцени квалитетот на показателот, тој се споредува со истиот од изминатиот период, со планираниот, со оној од најдобрата фирма или со просекот на дејноста и се предлагаат мерки за негово подобрување во идниот период. До зголемување на показателот принос на средства може да дојде преку подобрување на маргиналниот профит, зголемување на обртот на средствата и преку зголемување на двата фактора едновременно.

Со помош на показателот принос на средства кој е само еден покрај низата други фактори, може да се подобри конкурентската предност на фирмата. Така, корпорациите кои континуирано остваруваат стапка на принос на средства повисока од конкурентскиот просек се вели дека имаат конкурентска предност. Ова е случај кога компаниите иновираат и го прошируваат нивниот пазар. Некои компании освојуваат конкурентска предност над ривалите со развивање на уникатни производи или услуги, а други тоа го прават со овозможување на константен квалитет или со исклучителни услуги на купувачите, како и со доверба и ниски цени.

Клучни зборови: *профитабилност, принос на средства, добивка, средства, конкурентска предност.*

Вовед

Повеќето од анализите на финансиските извештаи испитуваат аспекти на профитабилноста на компаниите и нивниот ризик. Испитувањето на профитабилноста во минатото обезбедува информации кои му помагаат на аналитичарот да ја проектира посакуваната идна профитабилност и очекуваниот принос на средствата и принос на капиталот. Од бројните показатели на профитабилноста, ќе го издвоиме показателот принос на средствата кој најчесто се препорачува како показател за висината на профитабилноста на компаниите. Притоа, показателот принос на средства зазема важно место во анализата на профитабилноста и во подобрувањето на конкурентската предност и бизнис стратегијата.

Во трудот ќе се истражува стапката на принос на ангажираните вкупни и сопствени средства, пресметувањето на овој показател и неговото зголемување, како и неговата улога во поглед на подобрувањето на конкурентската предност и бизнис стратегија.

1. Методологија на истражувањето

Предмет на истражување во овој труд е показателот принос на средства како еден од значајните показатели на профитабилноста. Целта на трудот е да се согледа како показателот принос на средства, како еден од многуте други фактори, влијае на подобрувањето на профитабилноста и на конкурентската предност. При изработката на трудот, користени се неколку научни методи. Методот на дедукција е применет при донесување на констатации за пресметување на стапката на поврат на средства, а методот на индукција за потврдување на заклучоците. Методот на расчленување е користен за да се согледаат составните елементи за пресметување на стапката на принос на средства и за нејзиното подобрување преку зголемување на маргиналниот профит и обртот на средствата. Со методот на компаративна анализа се врши споредување на стапката на принос на средства во иста компанија за различни последователни години или споредување со другите конкурентски компании, при што се оценува квалитетот на показателот и се преземаат мерки за негово подобрување.

2. Показателот принос на средства

Показателот принос на средства најчесто се препорачува кога се сака да се утврди профитабилноста на работењето на компаниите. Овој

показател уште се нарекува и стапка на поврат на средства или како показател добивка во однос на вкупните средства. Во литературата може да се сретне и под називот стапен на продуктивноста на средствата (Markovski, Nedev, 2003, стр.619).

За пресметување на стапката на принос на средства, потребни се податоци од билансот на состојбата и билансот на успехот. Притоа, извештајот за остварени приходи содржи некои компоненти кои можат да се искористат во анализата на профитабилноста. Меѓутоа, за пресметување на показателот принос на средства (Return on assets-ROA), профитот треба да ги содржи само приходите стекнати од нормалното редовно работење. Тоа значи, дека треба да се исклучат приходите од следниве активности:

- приходи од невообичаени или од ретки ставки,
- прекинати финансиски трансакции,
- вонредни ставки,
- кумулативни ефекти од промена на сметководствените политики.

Показателот стапка на принос на средства може да се пресметува за вкупни деловни средства и за сопствени средства.

3. Показател на принос на вкупни деловни средства

Показателот на принос на вкупни деловни средства се добива кога ќе се стави во однос оперативната добивка со просечно користените вкупни средства. Оперативната добивка претставува ефект од работењето со вкупните деловни средства. Имено, оперативната добивка означува тековен остварен прираст на користените вкупни деловни средства кои се прибавени од сопствени и од туѓи извори на финансирање.

Во литературата се наведува дека во броителот може да се стават различни облици на добивката при пресметувањето на стапката на принос на средства. Така, при пресметувањето на оперативниот принос на средствата во броителот се зема оперативната добивка (Pamela Peterson, Frank Fabozzi, 2006, стр. 112). Во други случаи се препорачува во броителот да стои нето добивката (Krishna Palepu, Paul Healy, Victor Bernanrd, 2004). Некои автори во броителот ја ставаат заработувачката пред камати (Earnings before interest-EBI) (Revsine Collins, 2009, стр. 248). Но има случаи каде што се претпоставува дека поадекватен броител би бил коригираниот износ на добивката за сумата на исплатените камати (David Alexander, и др., 2005, стр. 675). Повеќе автори сметаат дека показателот принос на средства треба да се утврдува, ставајќи ја во однос нето добивката по оданочувањето со просечно ангажираните вкупни средства.

4. Показател на принос на сопствени средства

Показателот на принос на сопствени средства се добива кога ќе се стави во однос нето добивката со просечно користените сопствени средства. За разлика од оперативната добивка која претставува ефект од работењето со вкупните деловни средства, нето добивката покажува ефект од вложувања на сопствени средства. Имено, нето добивката означува тековен остварен прираст на оној дел од деловните средства кој е прибавен од сопствени извори на финансирање. Сопствените средства претставуваат само еден дел од вкупните деловни средства и сите фактори кои делуваат на прирастот од вкупните средства ќе имаат влијание и врз сопствените средства. Големината на овој показател е различна поради структурата на изворите на средствата од која произлегува и дејството на финансискиот леверидж.

5. Анализа на показателот на принос на средства

Финансиските коефициенти им овозможуваат моќни алатки на аналитичарите во оценувањето на профит перформансите и во оценувањето на кредитниот ризик. Повеќето оценувања на профит перформансите започнуваат со коефициентот поврат на средствата (Return on assets-ROA),

$$ROA = \frac{\text{Заработувачка пред камата (ЕБИ)}}{\text{Просечни средства}}$$

каде заработувачката пред камата се однесува на компаниската заработувачка пред камата на одреден период (како, на пример, година) и просечните средства кои ја репрезентираат вредноста на вкупните средства преку целата година. Пред да се пресмета ROA, аналитичарите мора да го прилагодат компанискиот извештај на заработувачката и средствата. Прилагодувањето се одвива во три фази :

1. Прилагодување со цел да се изолира компанискиот одржлив профит со отстранување на еднократните елементи од пријавените приходи,
2. Прилагодување со елиминирање на расходите од камата од профитот,
3. Прилагодувања на заработувачката и средствата од вонбилансните оперативни активности (на пример наеми).

Прилагодувањата, направени во извештајот на заработувачката, секоја година елиминираат расход од камата по даночна основа (Revsine

Collins, 2009, стр. 249). Така, на пример, ROA ќе се пресмета на следниов начин:

$$ROA = \frac{\text{Нето приходи} + \text{Расход за камата} \times (1 - \text{даночна стапка})}{\text{Просечни средства}}$$

Може да се забележи дека ефективната даночна стапка на компанијата е користена во ROA калкулациите. По сите прилагодувања, ROA може да расте од година во година. Тоа е затоа што компанијата може да го зголеми својот оперативен профит за 1 денар од средства на само два начина. Едниот е да го зголеми приносот на профит за секоја продажба по денар, а другиот е да го прошири износот на продажбата. Со други зборови, компанијата која сака да ја зголеми стапката на ROA може да се стреми да го направи тоа на два начина :

1. Првиот со зголемување на маргиналниот профит. На пример, голема производствена компанија може да го користи како пазарна моќ во преговорите околу намалување на цената за набавка на сировини. Пониските трошоци за сировини ќе редуцираат оперативни трошоци по истото ниво на продажба на тој начин што ќе го зголемат производствениот маргинален профит на компанијата.
2. Со зголемување на интензивноста на користењето на средствата. На пример, да се продолжи периодот на производство или со воведување на нова смена. Правејќи го ова, се овозможува да се генерираат повеќе денари од продажби, инвестирајќи во средства и на тој начин се зголемува користењето на средствата.

Двата примера се прикажани во ROA калкулацијата :

$$ROA = \frac{EBI}{\text{Просечни средства}} = \left(\frac{EBI}{\text{Продажби}} \right) \times \left(\frac{\text{Продажби}}{\text{Просечни средства}} \right)$$

$$ROA = \text{Маргинален профит} \times \text{обрт на средства}$$

Промените во профитниот принос по денар се прикажуваат како промени во маргиналниот профит и промените во износот на продажби генерирани во секој денар по средство кои се рефлектираат како промени во обртот на средствата. Маргиналниот профит се добива кога добивката се става во однос на продажбата (Steven Bragg, 2007, стр. 176). Според други автори, стапката на маргиналниот профит се добива како однос

помеѓу нето добивката и нето продажбите (Kimmel Paul, и др., 2004, стр.238).

Во продолжение ќе наведеме еден хипотетички пример како се пресметува стапката на поврат на средства при различна структура на елементите за три компании.

Табела 1 - Стапка на принос на средства на три компании

	Компанија 1	Компанија 2	Компанија 3
Продажби	3000000	6000000	6000000
Добивка	300000	300000	60000
Средства	3000000	3000000	6000000
Профитна маржа	10%	5%	1%
Обрт на средства	1	2	10
ROA	10%	10%	10%

На табелата се прикажани три случаи на различна структура на елементите, потребни за пресметување на стапката на поврат на средства, каде таа е еднаква големина. Но, до зголемување на стапката на поврат може да се дојде по неколку основи кои беа споменати претходно.

Земајќи предвид компанија која заработува 300000 од ЕБИ, продажба од 3 милиони и има просечни средства од 3 милиони ROA, за оваа компанија ќе биде :

$$ROA = (300000:3000000) \times (3000000:3000000) \times 100 = 10\% \times 1 = 10\%$$

Под претпоставка добивката да се зголеми на 330000 без да се менуваат останатите елементи, тогаш профитната маржа ќе се зголеми, а со тоа ќе се зголеми и стапката на поврат. Така, на пример

$$ROA = (330000:3000000) \times (3000000:3000000) \times 100 = 11\% \times 1 = 11\%$$

Вториот случај е под претпоставка средствата да се намалат на 2800000 без да се менуваат останатите елементи, тогаш обртот на средствата ќе се зголеми, а со тоа ќе се зголеми и стапката на поврат. Така, на пример

$$ROA = (300000:3000000) \times (3000000:2800000) \times 100 = 10\% \times 1,07 = 10,7\%$$

Третиот случај на зголемување на стапката на поврат на средства е ако се зголемат едновременно и маргиналната стапка и обртот на средства.

Постојат и други можности на промена на стапката на принос на средства со одредена комбинација на елементите.

Во продолжение ќе ја прикажеме пресметката на стапката на поврат на средства за Алкалоид АД Скопје за последователни три години.

Табела 2 - Стапка на поврат на средства на Алкалоид АД Скопје

	2012	2011	2010
EVI	688476	736647	671183
Средства на крајот од годината	9279155	8788445	8187723
Средства на почетокот од годината	8788445	8187723	7678054
Просечни средства	9033800	8488084	7932885
ROA	7,62%	8,68%	8,46%

Табелата 2 ги сумира ROA пресметките, користејќи ги компаниските заработувачки и информациите од билансот на состојбата и билансот на успех на Алкалоид АД Скопје за 2010, 2011 и 2012 година.

Табела 3 – Дезагрегирана стапка на поврат на средства на Алкалоид АД Скопје

	2012	2011	2010
Продажби	6788633	6738068	5934328
EVI	688476	736647	671183
Просечни средства	9033800	8488084	7932885
Маргинален профит	10,14%	10,93%	11,31%
Обрт на средства	0,75147	0,7938267	0,748
ROA = маргина х обрт на средства	7,62%	8.68%	8,46%

Табелата 3 содржи анализа на пресметување на ROA преку маргиналниот профит и обртот на средствата за секоја од трите години. Од резултатите може да се констатира дека компанијата го влошува износот на ROA кој произлегува од намалениот маргинален профит, бидејќи обртот на средствата всушност е многу мал. Маргиналниот профит на Алкалоид се намалува од 11,31% во 2010 на 10,14% во 2012 година. Како и да е, обртот на средствата опаѓа од 0,79 на 0,751 во овој ист период. Со други зборови, во 2010 година Алкалоид има 0,74 обрт на средствата и на секоја продажба од 100 денари продуцира 11,31 денари маргинален профит, така што ROA изнесува 8,46%.

Дали може компанијата да го одржи нивото на профитабилност во иднина тешко е да се каже, бидејќи зголемувањето на целосната продажба од производите на брендот и притисокот од конкурентната цена може да го редуцираат компанискиот ROA.

6. Улогата на показателот принос на средства во подобрувањето на конкурентната предност и бизнис стратегијата

Главната цел со која се соочува аналитичарот при изработка на меѓусекторската анализа е идентификување на другите фирми што треба да ги употреби за компарација. Целта е да селектира фирми со слични производи и стратегии и слична големина и старост. Неколку фирми можат да ги задоволат овие критериуми. За да го утврдиме квалитетот на показателот принос на средства, треба да го споредиме со некој репер. Постојат повеќе основи за споредување, но ние овде ќе го споредиме со износот на показателот за други фирми во дејноста. Еден од главните конкуренти на Алкалоид е Реплек.

Табела 4 – Стапка на поврат на средства на Алкалоид и на Реплек во 2012 година

2012 ROA Дезагрегација	Алкалоид	Реплек
Маргинален профит	10,14%	12,06%
Обрт на средства	0,75	0,63
ROA = маргина x обрт на средства	7,62%	7,60%

Табелата 4 ја прикажува дезагрегацијата на ROA во 2012 за Алкалоид и за Реплек. Се гледа дека Алкалоид е многу малку попрофитабилен отколку Реплек, при што ROA на Алкалоид изнесува 7,62% во однос на 7,6% на Реплек.

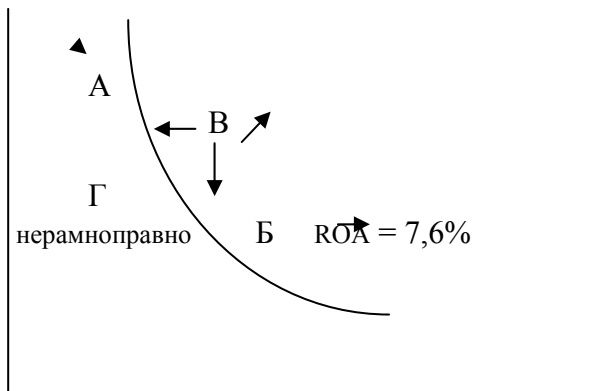
Ако се спореди показателот на принос на средства на Алкалоид со конкуренти од регионот, може да се констатира дека профитабилноста е пониска. Така, Крка има показател стапка на принос на средства од 10,1% во 2012 година, а Галеника околу 16%. Тоа значи дека стапката на принос на средства на Алкалоид е пониска од наведените конкуренти во регионот и дека е потребно да се направат напори за нејзино зголемување. Видовме дека дезагрегацијата на ROA открива дека показателот зависи, како од компанискиот маргинален профит, така и од обртот на средствата. Значи, клучот за подобрувањето на стапката на принос на средства лежи во подобрувањето на двата елемента.

Неколку фактори можат да објаснат зашто компаниите кои функционираат во една иста индустрија можат да остварат значително различни стапки на поврат на нивните средства. Одговорот може да се најде само во идентификување на компаниската конкурентна предност. Некои компании освојуваат конкурентска предност над ривалите со развивање на уникатни продукти или услуги. Други тоа го прават со овозможување на константен квалитет или исклучителни услуги на купувачите и со доверба (Collins Revsine, и др., 2009, стр.253).

Некои од останатите компании, покрај претходните активности, одат понапред заради нивните иновативни производствени технологии, дистрибутивни канали или продажба и маркетинг напори. Одржливоста на овие предности сепак варира. Конкурентноста во индустријата континуирано работи на тоа да ја намали стапката од поврат на средствата кон конкурентскиот просек, а тоа е стапката на принос која ќе биде заработена во економската “совршена конкурентна” индустрија. Компаниите кои континуирано заработуваат стапка на поврат над тој просек се вели дека имаат конкурентска предност. Како и да е, стапката на принос која е повисока од индустрискиот просек стимулира повеќе конкурентност кога постоечките компании иновираат и го прошируваат нивниот пазар, како и влегувањето на новите компании во индустријата (Grant Robert, 2010, str.333). Овие развои водат кон ерозија од профитабилност и напредност.

За да видиме како овие сили функционираат, ќе земеме еден пример на поедноставна застапеност од четири фирми прикажани на графиконот.

Графикон - Стапка на поврат на средства и конкурентска предност



Извор: Collins Revsine, Mittelstaedt Johnson: Financial Reporting & Analysis, Irwin, New York, 2009, стр.253.

Од графиконот се гледа дека фирмата А и фирмата Б всушност заработиле исто колку и конкурентскиот просек од стапка на поврат, која претпоставуваме да биде 7,6%, но тие го направиле тоа на различни начини. Фирмата А е лежарна, заработила 6% од ROA со комбинирање на висока маргина (да претпоставиме 7,6%) и со низок обрт (на пример 1). Фирмата Б, има ниска маргина (да претпоставиме 2 %) и висок обрт (3,8). Покрај овие разлики, двете компании го достигнуваат истото ниво на економски успех: $ROA = 7,6 \% = 7,6\% \times 1 = 2\% \times 3,8$. Фирмата В ужива конкурентска предност која ѝ дозволува да заработи од враќањето повеќе

од 7,6%, а фирмата Г е обесправена и заработува од враќањето помалку од 7,6%.

Да претпоставиме дека супериорната профитабилност на В произлегува од широката распространетост на прифаќање од нови производи помеѓу консументите. Главната цел на В со ова е дека новите производи се уникатни на пазарот. Во ваков случај, треба да се нагласи дека само конкурентската предност на В е можно да истрае. Другите компании можат и ќе развијат нови производи кои ќе бидат ривали на претходното според некои особености. Како што ривалските производи стануваат достапни, тие ќе се натпреваруваат директно со ова мени за секој денар од консументите и волуменот на производот ќе опадне. Ова ќе поттикне намалување на обртот на средствата и промена на В во лево (стрелката налево прикажана во графиконот) кон конкурентната ROA од 7,6%. Секако, менаџментот на В не е поштеден од игнорирање на ривалските производи. Соочен со заканувањето на загуба од конкурентската предност, В ќе реагира со редуцирање на цените или со зголемување на рекламните трошоци. Двете реакции може да стимулираат дополнителни продажби на консумерите и да го зголемат обртот, предизвикувајќи промена повторно на десно. Како и да е, редуцирањето на цената и зголемувањето на рекламните трошоци исто ја намалуваат компанијата маргина и ќе продуцираат надолна промена кон конкурентскиот просек.

Додека предизвикот на В е да опстои со новите производи, надградувајќи се на сцената на растечката конкуренција или креирајќи нов конкурентен напреден извор, Г се соочува со различни предизвици. Моменталното ниво на Г на профитабилност е под индустрискиот просек од 7,6%. Инвеститорите и кредиторите ќе се колебаат да извршат додатен финансиски извор на Г, освен ако неговата профитна слика не се подобри. Ова е затоа што Г моментално не заработува од стапката на враќање доволно за да компензира инвестиции за бизнис и финансиски ризик. Ако Г не е во можност да ја поправи ситуацијата итно, тоа ќе ја чини од капиталот, тој ќе се зголемува, неговиот маргинален профит ќе станува низок и неговата финансиска одржливост на долг рок ќе биде засегната. Во ваков случај се поставува прашањето каква стратегија може Г да изврши ?

Според повеќе аналитичари, постојат само две стратегии за постигнување на супериорна перформанса во секој бизнис. Едната стратегија е различно производство и различни услуги; другата е ниски трошоци во работењето. Различната стратегија се фокусира на вниманието на консумерите на уникатен производ или услуга за да се освои бренд на лојалност и атрактивен маргинален профит. Идејата е просто едноставна: Луѓето се спремни да платат премиум цена за работи кои вредат и кои не можат да се најдат секаде.

Оваа стратегија може да заземе неколку форми, како на пример напредна технологија и капацитети, постојан квалитет, достапност во

повеќе видови бои или димензии, да поттикне достава, услуги со техничка поддршка, консумирачко финансирање, дистрибутивни канали или други фактори од реалната и од стекнатата важност на купувачите. Компаниите во примерот можат да го фокусираат вниманието на консументите на супериорниот ефект кога со воведените нови производи имаат намера да се натпреваруваат.

Стратегијата со ниска цена се фокусира на вниманието на цената на производот, често употребувајќи слоган како “секој ден ниски цени” или “најниските цени во градот”. Целта и е да стане постигнувач на најниска цена на пазарот, така што бизнисот ќе може да биде со цена пониска од конкуренцијата, достигнувајќи ги највисоките продажби и, сепак, правејќи профит на секоја продажба. Компаниите можат да ја задржат позицијата со ниска цена на различни начини. На пример, вклучувајќи производство на квантитет, имајќи потприемачка административна структура и користејќи продуктивна ефикасност од надворешни или од внатрешни трошоци. Повеќето компании со трговија на мало се способни да преговараат околу попустите со производителите, затоа што нивната големина им дава поголема убедувачка сила. Затоа попустите тогаш овозможуваат трговците на мало да понудат производи на купувачите со компаративно ниска цена.

Некои компании всушност извршуваат една стратегија на исклучување од другите. Други компании се трудат да ги направат и двете, развивајќи ја консумерската лојалност додека ги контролираат цените. Се разбира, акцентот компаниите го ставаат на различните верзии, наспроти ниските цени кои, исто така, се важни за конкурентските анализи. Различноста во бизнис стратегиите на компаниите денес е раст на економската разлика, кои се рефлектираат како разлики во маргиналниот профит, користење на средствата и профитабилноста. Таков случај е на графиконот каде и двете компании А и Б заработуваат исти 7,6% конкурентски ROA. Компанијата А го достигнува своето профитабилно ниво преку комбинација од висока маргина (7,6%) и низок обрт на средства (1), комбинација која често е поврзана со компании кои донесуваат различни бизнис стратегии. Компанијата Б го достигнува истото ROA ниво преку комбинација од ниска маргина (2%) и висок обрт (3,8) проследена постојано преку раководењето со ниски цени.

Изборот на соочување на Г менаџментот сега треба да е јасен. Г може да се врати на конкурентското ниво на профит на три начини: првиот преку подобрување на маргиналниот профит, второ преку зголемување на обртот на средствата и трето преку зголемување и на двата фактори истовремено. Маргиналното подобрување ќе го промени Г нагоре во графиконот каде подобриот обрт ќе ја подобри положбата во хоризонтала на десно. И во двата случаи Г ќе се движи поблиску до просекот на дејноста на ROA од 7,6%, затоа менаџерите на Г мора да одберат еден или друг начин или комбинација од овие два. Тоа е сè што треба да направат и тоа со помош на показателот принос на средства. Се разбира ROA не е

единствениот фактор за подобрување на конкурентната предност, така што има уште голем број на активности и детали околу тоа, кои треба да се направат.

Заклучок

Стапката на поврат на средствата го мери успехот на фирмата во користењето на средствата со кои се генерираат приходи без оглед на финансирањето на тие средства. Показателот ROA укажува на тоа колку добро фирмата ги искористила средствата за генерирање на профитот во одреден период. Се добива кога ќе се стави во однос добивката со просечно користените средства. Од особено значење е, секако, подброто разбирање и интерпретацијата на стапката на принос на средства.

За да се оцени квалитетот на показателот, тој се споредува со истиот од изминатиот период, со планираниот, со оној од најдобрата фирма или со просекот на дејноста и се предлагаат мерки за негово подобрување во идниот период. До подобрување на показателот принос на средства може да се дојде преку зголемување на маргиналниот профит, зголемување на обртот на средствата и преку зголемување на двата фактора едновременно.

Покрај многубројните фактори кои влијаат на конкурентската предност и бизнис стратегијата е и показателот принос на средства. Оние фирми кои континуирано остваруваат стапка на принос на средства повисока од индустрискиот просек имаат конкурентска предност. Некои компании освојуваат конкурентска предност над ривалите со иновирање, проширување на нивниот пазар, со развивање на уникатни производи или услуги, а други тоа го прават со овозможување на константен квалитет или со исклучителни услуги на купувачите, како и со доверба и со ниски цени.

Користена литература

- Alexander David, Britton Anne, Jorissen Ann: International Financial Reporting and Analysis, Thomson, London, 2005.
- Bernstein Leopold, Will John: Analysis of Financial Statements, McGraw-Hill, New York, 2000.
- Bragg Steven: Financial Analysis, John Wiley & Sons, Inc., New Jersey, 2007.
- Collins Revsine, Mittelstaedt Johnson: Financial Reporting & Analysis, Irwin, New York, 2009.
- Grant Robert: Contemporary Strategy Analysis, John Wiley & Sons, Ltd., 2010.
- Kimmel Paul, Weygandt Jerry, Kieso Donald: Financial Accounting, John Wiley & Sons, Inc., 2004.
- Markovski S., Nedev B.: „Smetkovodstvo na menaxmentot“, Ekonomski fakultet, Skopje, 2003.

Palepu Krishna, Healy Paul, Victor Bernanrd: Business Analysis & Valuation, Thomson South-Western, Ohio, 2004.

Peterson Pamela, Fabozzi Frank: Analysis of Financial Statements, John Wiley & Sons, Inc., 2006.

RETURN ON ASSETS AND IMPROVEMENT THE COMPETITIVE ADVATAGE

Zoran Minovski, Ph.D.

Abstract

One of the profitability ratios in companies' operations is the return on assets. This ratio indicates the yield in the form of earnings generated by assets employed in a particular period of time. It points out the stewardship of management in the efficient use of the company's assets for the purpose of generating profit and on the other hand it shows the total return on the use of assets independent on funds of capital. To assess the quality of the ratio it is compared with the one achieved in the previous period, with the planned, with the best company's or the industry's average and based on the results, measures are proposed to improve it in the forthcoming period. Possibilities to increase the ROA include: enhancing the marginal profit, increasing asset turnover or a combination of the two.

ROA, one in the range of other factors, helps to enhance the competitive advantage of the company. Therefore corporations achieving higher ROA than the competition's average are said to have competitive advantage. More precisely, this refers to companies that introduce innovations and expand their market. Some companies gain advantage over their rivals by developing unique products and services, and others by constant quality or exceptional services to their customers as well as trust and price worth.

Key words: *profitability, return on assets, income, assets, competitive advantage.*

**ФИНАНСИСКАТА
РАЗВИЕНОСТ И
ЕКОНОМСКАТА АКТИВНОСТ
ВО ТРАНЗИЦИОНИТЕ
ЕКОНОМИИ**

*Д-р Михаил Петковски
Д-р Елена Наумовска*

Апстракт

При компаративна анализа на динамиката на економската активност помеѓу транзиционите економии од ЦЈИЕ од една страна и другите земји членки на Европската унија (ЕУ 17), од друга страна, се доаѓа до констатација дека транзиционите економии бележат повисоки стапки на реален пораст на БДП и повисоки стапки на кредитен раст. Ваквата констатација претставува одраз на процесот на реална конвергенција на транзиционите економии кон Европската унија. Транзиционите економии се стремат да го достигнат нивото на капитал, продуктивност и приходи кои ги имаат постојните членки на Европската унија. Притоа, транзиционите економии бележат различни резултати од процесот на транзицијата, во зависност од разликите во појдовната економска структура, политичките случувања, макроекономските политики и од преземените реформски потези. Дел од транзиционите економии бележат повисок степен на финансиска развиеност како резултат на успешно спроведените реформи, зголемениот прилив на странски директни инвестиции, позитивните стапки на економски раст, како и порастот на инвестиционата и на извозната активност. Меѓутоа, во текот на реформските процеси, дел од транзиционите економии бележат стагнација и уназадување кое се должи на недоследното спроведување на реформите во услови на затвореност, политичка репресија и слабо владеење на законите. Основна цел на овој труд е преку анализа на економската активност и финансиската развиеност на земјите од Централна и од Југоисточна Европа да се истакне важноста на макроекономските и институционалните фактори во јакнењето на врската помеѓу финансиската развиеност и економскиот раст во транзиционите економии.

Клучни зборови: *економска активност, финансиска развиеност, институционално опкружување, транзициони економии, макроекономско опкружување.*

Вовед

Трудот е конципиран во 3 целини. Во првиот дел е направена компаративна анализа на економската активност на транзиционите економии (17 земји од Централна и од Југоисточна Европа) во однос на развиените економии од ЕУ 17 (групата земји членки на ЕУ од која се исклучени 11-те земји членки на ЕУ кои припаѓаат на Централна и на Југоисточна Европа). Во рамките на вториот дел од трудот е направена анализа на финансиската развиеност на транзиционите економии од ЦЈИЕ во однос на другите земји членки на Европската унија преку споредба на показателите кои се однесуваат на големината и активноста на финансискиот сектор на одделните анализирани групи. Во третиот дел на трудот е извршена корелациона и економетриска анализа на врската помеѓу финансиската развиеност и економската активност во транзиционите економии.

1. Економската активност на транзиционите економии

Во транзиционите економии од Централна и од Југоисточна Европа, процесот на ревитализација на вкупната економска активност и спроведувањето на структурните реформи започнува во периодот од 1993 до 1995 година и се одвива со различна динамика во различни земји. Во зависност од степенот до кој е извршено реструктурирање, стабилизација и приватизација, перформансите на овие земји се различни. Уште на почетокот на транзициониот процес, на врвот на листата на успешните транзициони економии се Чешка, Полска, Словенија, Унгарија, Естонија и Словачка, како резултат на успешно спроведените реформи, приливот на странски инвестиции, порастот на извозот, зголемената инвестициона активност и порастот на стапката на економски раст. Преостанатите транзициони економии, и покрај тоа што не бележат посебен напредок во доменот на реформските потези, во рамките на овој период успеваат да ја сведат инфлацијата од повеќецифрени на двоцифрени броеви.

Графикон број 1. Стапката на реален пораст на БДП во развиените економии и во земјите од Централна и од Југоисточна Европа



Извор: World Databank, World Development Indicators.

Транзиционите економии по една деценија од востановувањето на макроекономска и институционална рамка за премин кон пазарно стопанство се силно изложени на процесите на глобализација и интеграција. Во рамките на овој период се остварени бројни структурни реформи, либерализација на цените, како и либерализација на надворешната трговија и движењето на капиталот. Согласно со ориентацијата за интегрирање кон Европската унија, во овој период надворешно-трговската размена на транзиционите економии од Централна и од Југоисточна Европа постепено се преориентира кон Европската унија. Транзиционите економии бележат различни резултати од процесот на транзицијата, во зависност од разликите во појдовната економска структура, политичките случувања, макроекономските политики и од преземените реформски потези. Во реформските процеси, дел од транзиционите економии се успешни како резултат на високиот степен на либерализација, додека дел бележат стагнација и уназадување кое се должи на недоследното спроведување на реформите во услови на затвореност, политичка репресија и слабо владеење на законите. Генерално, може да се констатира дека реформските процеси во транзиционите економии, по заокружувањето на иницијалната реформска фаза која се однесува на општа стабилизација, либерализација и приватизација на малите претпријатија, имаат создадено основа за солидни макроекономски перформанси и одржлив раст.

Со надминувањето на иницијалната, следи втората напредна фаза на реформските процеси во која приоритетите се насочени кон зголемувањето на конкурентноста, реструктуирањето на претпријатијата, развојот на финансиските институции и на инфраструктурните реформи. И покрај тоа, што кај земјите од Централна и Источна Европа и од Балтикот во периодот пред формалното пристапување кон Европската унија бележат напредок во доменот на кредитирањето на приватниот сектор, регули-

рањето на пазарите на капитал и јакнењето на прудентната супервизија, постои значителен простор за натамошно јакнење на институционалните реформи. Истовремено, транзициониот процес продолжува да зајакнува и во земјите од Југоисточна Европа кои имаат статус на кандидати за членство во ЕУ. Напорите за исполнување на стандардите кои ги наметнува ЕУ кај овие земји насочени кон намалувањето на корупцијата и на организираниот капитал, резултираат со донесување на неколку антикорупциски програми и закони. Стапката на реален економски раст кај транзиционите економии во овој период бележи засилена нагорна тенденција и претставува одраз на процесот на реална конвергенција на транзиционите економии кон Европската унија. Основни генератори на економскиот раст се порастот на домашната кредитна активност која овозможува зголемување на степенот на финансиска интермедијација и ги поттикнува инвестициите и потрошувачката, како и зголемените странски директни инвестиции и порастот на извозот, наменет за пазарите на Европската унија.

Ваквите нагорни економски движења кај поголем број транзициони економии се прекинати во четвртиот квартал на 2007 година поради влијанието на светската финансиска криза. Ефектите од кризата се чувствуваат преку падот на индустриското производство, намалените активности во градежништвото, намалениот прилив на странски директни инвестиции и надолните трендови на финансиските пазари. Дополнително, ефектите од кризата имаат значителен одраз и врз банкарскиот сектор и врз кредитната активност. Во услови на ограничени можности за финансирање на меѓународниот финансиски пазар, кредитната активност на банките се одвива во намален обем и под затегнати услови. Така, во последниот квартал од 2008 се намалува кредитниот раст, еден од генераторите на зголемената економска активност во транзиционите економии. Со прераснувањето на финансиската криза во економска рецесија и со пренесувањето на рецесијата од развиените во транзиционите економии, земјите од Централна и од Југоисточна Европа се соочуваат со најтежок период по кризата при падот на централнопланскиот систем во раните деведесетти години. При намалена домашна апсорпциона моќ, намален извоз, намалени капитални приливи и намалена кредитна активност, како резултат на ограничените можности за обезбедување на екстерни извори на финансирање, следи пад на економската активност. Надолното движење на стапката на реален раст на БДП во транзиционите економии во 2009 година е констатирано по периодот на континуиран пораст на БДП кој во последните девет години во просек изнесува 5,3%. Притоа, ефектите од кризата во најголема мера ги чувствуваат земјите кои се во поголема мера интегрирани со глобалните финансиски пазари. Така, на пример, по десетгодишниот период на позитивни стапки на економски раст кои во просек изнесуваат 7,4%, во 2009 година Балтичките земји бележат двоцифрени негативни стапки на економски раст од (-17,95%) во

Литванија, (-14,74%) во Латвија и (-14,07%) во Естонија. Глобалната рецесија од 2009 година условува забавување на темпото и на институционалните реформи кај транзиционите економии.

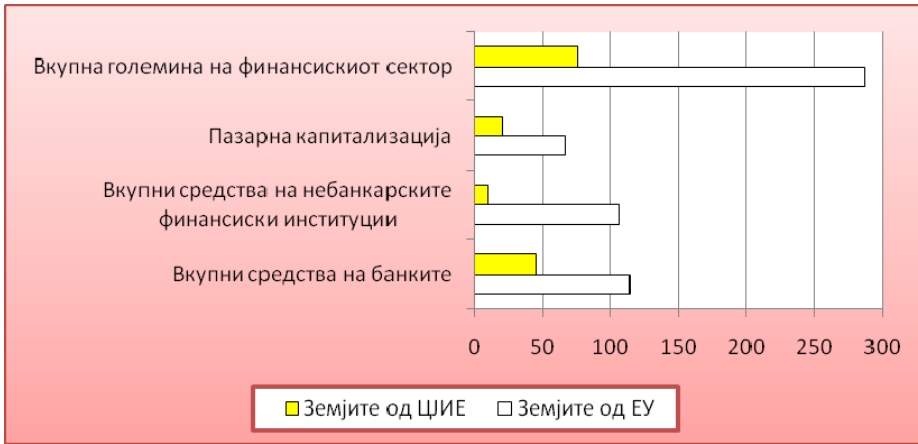
Заживувањето на глобалната економија, особено на економската активност во евро-зоната, делува врз постепено закрепнување на економиите во регионот во 2010 година. Меѓутоа, повторното актуализирање на должничката криза во евро-зоната во мај 2011 година ги прекинува овие трендови, а фокусот повторно е насочен кон „ранливоста на закрепнувањето“ на реалните економии. Финансиската интегрираност на земјите од ЦЈИЕ од предност преминува во недостаток, а состојбата на регионот и во натамошниот период продолжува да биде предводена од развојот на настаните, поврзани со кризата во евро – зоната. Централните банки водат стимулативна монетарна политика, со цел во одредена мера да го неутрализираат рецесискиот ефект од процесите на фискална консолидација и финансиско раздолжување на економските субјекти.

2. Компаративна анализа на финансиската развиеност помеѓу транзиционите економии од ЦЈИЕ и развиените економии од ЕУ-17

Во рамките на оваа точка, во трудот е направена анализа на финансиската развиеност на транзиционите економии (17-те земји од ЦЈИЕ -Албанија, Бугарија, Босна и Херцеговина, Естонија, Косово, Латвија, Литванија, Македонија, Полска, Романија, Словенија, Словачка, Србија, Хрватска, Унгарија, Црна Гора и Чешка), во однос на останатите 17 земји членки на Европската унија преку споредба на показателите кои се однесуваат на големината и активноста на финансискиот сектор на одделните анализирани групи. Врз основа на извршената анализа, се доаѓа до констатацијата дека транзиционите економии бележат помали финансиски пазари и институции, помалку активни берзи и побрз пораст на кредитната активност на банкарскиот сектор.

На Графиконот број 2 е презентирана анализата на големината на финансиските пазари и институции врз основа на просечната вредност на показателите кои се однесуваат на големината на банките, небанкарските институции и пазарите на акции во периодот од 1993 до 2012 година. Вкупната големина на финансискиот сектор, претставена како однос помеѓу збирот на вкупните средства на банките, небанкарските финансиски институции и пазарната капитализација и БДП, е околу четири пати помала кај транзиционите економии од ЦЈИЕ во однос на развиените економии од ЕУ17.

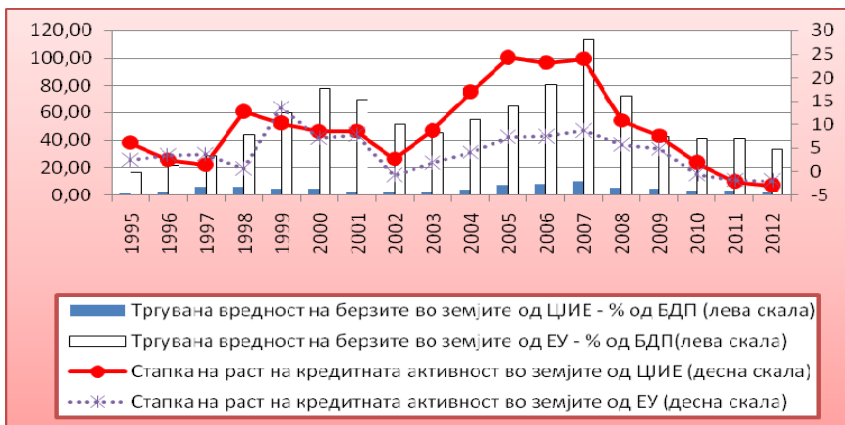
Графикон број 2. Анализа на големината на финансискиот сектор во развиените економии и во земјите од ЦЈИЕ (во % од БДП)



Извор: World Databank, World Development Indicators.

На Графиконот број 3 е презентирана анализата на активноста на финансиските пазари и институции врз основа на динамиката на активноста на пазарот на акции (стапката на пораст на тргуваната вредност на берзите) и динамиката на активноста на банките (стапката на пораст на кредитната активност на банките). Притоа, се доаѓа до констатацијата дека транзиционите економии се карактеризираат со мали и неактивни пазари на акции, а нивниот финансиски сектор е банкарски ориентиран. Исто така, кај нив динамиката на пораст на кредитната активност на банкарскиот сектор е побрза, отколку кај развиените економии од анализираниот примерок.

Графикон број 3. Анализа на активноста на финансискиот сектор во развиените економии и во земјите од ЦЈИЕ



Извор: World Databank, World Development Indicators.

3. Влијанието на финансиската развиеност врз економската активност – компаративна анализа помеѓу транзиционите и развиените економии

3.1 Дефинирање на потребните индикатори

Во рамките на оваа точка на трудот е применет метод за кој најнапред се дефинирани индикаторите на финансиската структура и на финансиската развиеност. Користени се годишни податоци за 17 транзициони економии во периодот од 1991 до 2011 година врз основа на податоците од Светската банка (World Development Indicators). Преку комбинирање на различните показатели на активноста, големината и ефикасноста на финансиските посредници и пазари, се добиваат агрегатниот индикатор на финансиската развиеност (FD) и на агрегатниот индикатор на финансиската структура (FS).

1. Агрегатниот индикатор на финансиската развиеност

Финансии - Вкупно (FD) претставува комбинација на индикаторите на активноста, големината и на ефикасноста на финансискиот сектор. Поконкретно, тој е прва и главна компонента на индикаторите:

- *Финансии - Активност* е показател на вкупната активност на финансиските посредници и пазари. Дефиниран е како логаритам од производот на Приватните кредити, вредноста на кредитите, дадени од финансиските посредници на приватниот сектор во однос на БДП и Тргуваната вредност, вредноста на вкупните тргувани акции на пазарот на акции во однос на БДП.

- *Финансии - Големина* е показател на вкупната големина на финансискиот сектор. Дефиниран е како логаритам на збирот на Приватните кредити и на Пазарната капитализација. Пазарната капитализација е дефинирана како вредност на котираните акции во однос на БДП и ја прикажува големината на пазарот на акции во однос на вкупната економија.

- *Финансии - Ефикасност* ја мери ефикасноста на финансиските посредници и пазари и е дефинирана како логаритам на односот помеѓу Тргуваната вредност и Индиректните трошоци. Индикаторот Индиректни трошоци е еднаков на односот помеѓу индиректните трошоци и вкупните средства на банкарскиот сектор.

2. Агрегатниот индикатор на финансиската структура

Структура - Вкупно (FS) претставува комбинација на индикаторите на активноста, големината и ефикасноста на пазарите на акции во однос на банките. Поконкретно, тој е прва и главна компонента на следниве индикатори:

- *Структура - Активност* е показател на активноста на пазарот на акции во однос на активноста на банките и е дефиниран како логаритам од односот помеѓу Тргуваната вредност и Приватните кредити.

- *Структура - Големина* ја покажува големината на пазарот на акции во однос на големината на банкарскиот сектор и е дефиниран како логаритам од односот помеѓу Пазарната капитализација и Банкарските кредити.

- *Структура - Ефикасност* е дефиниран како логаритам од производот од Индиректните трошоци и Тргуваната вредност и ја прикажува ефикасноста на пазарот на акции во однос на банкарскиот сектор.

3.2. Корелациоона анализа помеѓу индикаторите на финансиската развиеност и на економската активност помеѓу транзиционите економии од ЦЈИЕ и развиените економии од ЕУ 17

Најнапред, во Табела 1а и Табела 1б се прикажани коефициентите на корелација помеѓу финансиската развиеност и финансиската структура одделно кај развиените земји од ЕУ 17 и кај транзиционите економии од ЦЈИЕ. Притоа, нултата хипотеза H_0 : „Коефициентите на корелација се статистички незначајни“ се отфрла во случаите каде p – вредноста е помала од α за $\alpha < 0,01$ и $\alpha < 0,05$.

Табела 1а) Корелации помеѓу финансиската развиеност и финансиската структура кај развиените економии од ЕУ 17

	Финансии Активност	Финансии Големина	Финансии Ефикасност	Финансии и Вкупно	Структура Активност	Структура Големина	Структура Ефикасност	Структура Вкупно
Финансии Активност	1							
Финансии Големина	0.462* (0.040)	1						
Финансии Ефикасност	0.763* (0.000)	-0.127 (0.595)	1					
Финансии Вкупно	0.986** (0.000)	0.417 (0.067)	0.833** (0.000)	1				
Структура Активност	0.746** (0.000)	-0.114 (0.633)	0.994** (0.000)	0.824** (0.000)	1			
Структура Големина	0.183 (0.441)	0.130 (0.584)	0.445* (0.049)	0.329 (0.157)	0.507* (0.022)	1		
Структура Ефикасност	0.779** (0.000)	-0.084 (0.724)	0.918** (0.000)	0.814** (0.000)	0.911** (0.000)	0.260 (0.268)	1	
Структура Вкупно	-0.714** (0.000)	0.049 (0.838)	-0.960** (0.000)	-0.807** (0.000)	-0.978** (0.000)	-0.627** (0.003)	-0.904** (0.000)	1

**корелацијата е значајна на ниво од 0,01

*корелацијата е значајна на ниво од 0,05

Според резултатите од Табела 1а, кај високоразвиените земји постои значајна и позитивна корелациона врска помеѓу индикаторите Структура – Активност и Структура – Ефикасност со показателите на

финансиската развиеност Финансии – Активност и Финансии – Ефикасност. Индикаторот Структура – Големина не покажува значајна корелација со индикаторите на финансиската развиеност. Поголемите вредности на Индикаторите на финансиската структура укажуваат на поголема пазарна ориентираност на финансискиот сектор кај анализираната група земји. Во горенаведената анализа постои позитивна корелациона врска помеѓу индикаторите на финансиската развиеност и индикаторите на финансиската структура, анализирано од аспект на активноста и ефикасноста на финансискиот сектор. Порастот на индикаторите на финансиската структура придонесува за пораст на индикаторите на финансиската развиеност. Оттука, може да се заклучи дека земјите со повисоко ниво на финансиска развиеност, претежно имаат пазарно ориентирани финансиски системи. Дотолку повеќе, нивната финансиска развиеност зависи повеќе од финансиското продлабочување (обртот и прометот како мерило на ефикасноста и на активноста на финансиските пазари), отколку од самата големина (пазарната капитализација) на нивните финансиски пазари.

Табела 16) Корелации помеѓу финансиската развиеност , финансиската структура кај транзиционите економии од ЦЈИЕ

	Финансии Активност	Финансии Големина	Финансии Ефикасност	Финансии Вкупно	Структура Активност	Структура Големина	Структура Ефикасност	Структура Вкупно
Финансии Активност	1							
Финансии Големина	0.607* (0.021)	1						
Финансии Ефикасност	0.845** (0.000)	0.277 (0.338)	1					
Финансии Вкупно	0.975** (0.000)	0.702** (0.005)	0.860** (0.000)	1				
Структура Активност	0.813** (0.000)	0.253 (0.384)	0.992** (0.000)	-0.835** (0.000)	1			
Структура Големина	0.208 (0.476)	0.381 (0.179)	0.346 (0.226)	-0.352 (0.218)	0.355 (0.213)	1		
Структура Ефикасност	0.714** (0.004)	0.253 (0.383)	0.824** (0.000)	-0.725** (0.003)	0.811** (0.000)	0.565* (0.035)	1	
Структура Вкупно	-0.706** (0.005)	-0.338 (0.238)	-0.871** (0.000)	0.767** (0.001)	-0.872** (0.000)	-0.719** (0.004)	-0.948** (0.000)	1

**корелацијата е значајна на ниво од 0,01

*корелацијата е значајна на ниво од 0,05

Во транзиционите економии од ЦЈИЕ, кои се повеќе банкарски ориентирани, индексот на вкупната финансиска развиеност има позитивна и значајна врска со одделните индикатори на финансиската развиеност. Индикаторите на финансиската структура Структура – Активност и Структура – Ефикасност покажуваат значајна и негативна врска со индексот на вкупната финансиска развиеност Финансии – Вкупно. Оттука,

порастот на финансиската развиеност во транзиционите економии се должи на зголемената активност и ефикасност на банкарскиот сектор. Неефикасните и мали финансиски пазари имаа негативен одраз врз нивната финансиска развиеност.

3.3 Економетриска анализа на влијанието на финансиската развиеност врз економската активност во транзиционите економии од ЦЈИЕ

3.3.1 Поставување на модел

Со цел да се испита влијанието на финансиската развиеност врз економскиот раст, врз основа на истражувањето на Левин, Лоаза и Бек во 2000 година, стандардната регресија за растот е приспособена на следниов начин:

$$\text{GROWTH}_i = \alpha X_i + \beta \text{FDI} + \gamma \text{CONDITIONS} + \varepsilon_i$$

Каде Growth е просечната годишна стапка на раст на реалниот БДП per capita, пресметан како регресионен коефициент во регресијата со метод на обични најмали квадрати (OLS regression), X е множество на потенцијалните детерминанти на растот, FD е индикатор на вкупната финансиска развиеност, CONDITIONS претставува вектор на условни информации, претставен преку одделни варијабли од макроекономското и од политичкото опкружување, дефинирани во точката 3.1 од овој труд и ε ги претставува резидуалите. Применет е Методот на најмали квадрати.

Во процената се употребени праволиниски моментни услови, усогласени со барањето CONDITIONS да не се во корелација со резидуалите ε . Економетриското значење на овој услов е дека варијаблите CONDITIONS можат да влијаат врз зависната променлива GROWTH само преку појаснувачките варијабли FINANCE. Тоа значи, дека варијаблите CONDITIONS не можат да имаат независно влијание врз зависната променлива GROWTH. Резултатите се добиени со користење на двата сета условни информации CONDITIONS кои претставуваат инструментални варијабли во регресионата равенка. Првиот сет како инструментални варијабли ги вклучува: инфлацијата (INF), невработеноста (UNEMP), странските директни инвестиции (FDI) и отвореноста за тргување (TRADE) и го испитува влијанието на појаснувачките варијабли FINANCE врз растот, но преку влијанието на користениот сет на инструментални варијабли. Вториот сет на инструментални варијабли е надополнување на првиот сет со индикаторите за законското опкружување кои се однесуваат на социоекономските услови, инвестиционите можности, бирократските процедури, корумпираноста и извршувањето на законите. Врз основа на нивните вредности, се испитува влијанието на појаснувачката варијабла FD

врз растот, но преку влијанието на користениот сет на инструментални варијабли.

3.3.2 Толкување на добиените резултати

Резултатите за влијанието на индикаторот на вкупната финансиска развиеност врз реалниот раст на БДП per capita се презентирани во Табелата број 2. Притоа, резултатите укажуваат на значајната врска (на ниво на значајност од 0,01) помеѓу БДП per capita и индикаторот за вкупната финансиска развиеност во транзиционите економии.

Табела број 2: Влијанието на финансиската развиеност врз БДП во транзиционите економии					
Зависна променлива: реалниот раст на БДП per capita, пресметан како регресионен коефициент;					
Независна променлива: Индикаторот на вкупната финансиска развиеност					
Појаснувачка варијабла	Коефициент	Стандардна грешка	t - статистика	п. вредност	R ²
1. Регресија со метод на најмали квадрати					
Финансии - Вкупно	0,1499*	0,04958	3.025	0,0106	0,4326
2. Регресија со инструментални варијабли (UNEMP, INF, FDI, TRADE)					
Финансии - Вкупно	0.1508	0.0833	1.8094	0.0955	0.4252
3. Регресија со додавање на инструменталните варијабли од законското опкружување					
Финансии - Вкупно	0.1416	0.0697	2.0301	0.0651	0,4271

Според презентираниите резултати, доколку индикаторот на вкупната финансиска развиеност се зголеми за 1 процент, вредноста на индикаторот на реалниот раст на БДП per capita ќе се зголеми за 0,1499 проценти. Оттука, во транзиционите економии постои потенцијал за позитивно делување на финансиската развиеност врз економскиот раст.

Меѓутоа, со користењето на инструменталните варијабли од макроекономското и од политичкото опкружување, влијанието на финансиската развиеност врз економскиот раст станува незначајна. Оттука, во анализираниот период, токму факторите од макроекономското опкружување (невработеноста, инфлацијата, релативно недоволниот обем на странски директни инвестиции), како и факторите од законското опкружување (социоекономските услови, инвестиционите можности, бирократските процедури, корумпираноста и извршувањето на законите), претставуваат пречка за оптималното искористување на потенцијалите за позитивно делување на активноста на финансискиот сектор врз економскиот раст во транзиционите економии од ЦЈИЕ.

Заклучни согледувања

При компаративна анализа на динамиката на економските движења и кредитната активност помеѓу транзиционите економии од ЦЈИЕ од една страна и развиените пазарни економии од ЕУ 17 од друга страна, се доаѓа до констатација дека транзиционите економии бележат повисоки стапки на реален пораст на БДП и повисоки стапки на кредитен раст. Ваквата констатација претставува одраз на процесот на реална конвергенција на транзиционите економии кон Европската унија. Транзиционите економии се стремат да го достигнат нивото на капитал, продуктивност и приходи кое го имаат постојните членки на Европската унија. Оттука, земајќи ја предвид ниската стартна основа, позитивните економски движења во овие економии можат да се сфатат и како дел од нормалниот процес на “достигнување” - *catching-up process*. Меѓутоа, како резултат на постигнатиот степен на интегрираност, негативните движења и флукуациите во економската активност на развиените економии за време на финансиската и должничката криза предизвикуваат рецесиони движења и во транзиционите економии и тоа со одреден степен на задоцнување.

При корелационата анализа помеѓу финансиската развиеност и финансиската структура одделно кај високоразвиените земји од ЕУ 17 и кај транзиционите економии од ЦЈИЕ е донесен заклучок дека земјите со повисоко ниво на финансиска развиеност, претежно имаат пазарно ориентирани финансиски системи. Дотолку повеќе, нивната финансиска развиеност зависи повеќе од ефикасноста и од активноста (обртот и прометот), отколку од самата големина (пазарната капитализација) на нивните финансиски пазари. Во транзиционите економии, кои се повеќе банкарски ориентирани, порастот на финансиската развиеност се должи на зголемената активност и ефикасност на банкарскиот сектор, а неефикасните и мали финансиски пазари имаат негативен одраз врз нивната финансиска развиеност.

При примена на економетриска анализа со користењето на инструменталните варијабли од макроекономското и од политичкото опкружување, врската помеѓу финансиската развиеност врз економскиот раст во транзиционите економии станува незначајна. Оттука, во анализираниот период токму факторите од макроекономското опкружување (невработеноста, инфлацијата, релативно недоволниот обем на странски директни инвестиции), како и факторите од законското опкружување (социоекономските услови, инвестиционите можности, бирократските процедури, корумпираноста и извршувањето на законите) неповолно се одразуваат врз потенцијалите за позитивно делување на активноста на финансискиот сектор врз економскиот раст во транзиционите економии.

Со оваа клучна констатација, трудот ја остварува својата основна цел да ја истакне важноста на макроекономските и на институционалните

фактори во јакнењето на врската помеѓу финансиската развиеност и економскиот раст во транзиционите економии. Ваквиот заклучок претставува солидна основа за следен труд во кој ќе се изврши натамошна разработка на потребата од преземање мерки во доменот на институционалното и на макроекономското опкружување кои ќе овозможат јакнење на врската помеѓу финансискиот сектор и економскиот раст во транзиционите економии.

Користена литература

- Beck T., Kunt A. D., Levin R. and Maksimovic V. (2000), „Financial Structure and Economic Development“.
- Beck, T. (2008), „The Econometrics of Finance and Growth“, Policy Research Working Paper 4608.
- Beck, T., Kunt, A. D., and Maksimovic, V. (2005) „Financial and Legal Constraints to Growth: Does Firm Size Matter?“, *The Journal of Finance*, Vol. 60, p 137-177.
- Cihak M., Demirguc – Kunt A., Feyen E., Levin R. (2012) „Benchmarking Financial Systems around the World“, Policy Research Working Paper 6175.
- Levine R. and Kunt A. D. (1999), „Bank – based and market – based financial systems: Cross – country comparisons“, Development Research Group, The World Bank, University of Minnesota.
- Levine R., Beck, T., and Kunt, A.D. (2000), „A New Database on Financial Development and Structure“, *World Bank Economic Review*, 14: 597-605.
- Shan, J. (2005), „Does Financial Development Lead Economic Growth? A Vector Autoregression Appraisal“, *Applied Economics* 37: 1353-67.
- Shan, J. and Morris, A. (2002), „Does Financial Development Lead Economic Growth?“, *International Review of Applied Economics* 16: 153-68.

FINANCIAL DEVELOPMENT AND ECONOMIC ACTIVITY IN THE TRANSITION ECONOMIES

Michael Petkovski, Ph.D.

Elena Naumovska, Ph.D.

Abstract

The comparative analysis of the dynamics of the economic trends between the 16CEECs, on one side and the EU17, on the other side, shows that the transition economies experienced higher rates of real GDP growth. This fact reflects the process of real convergence of transition economies into the EU

countries. The Central and East European countries aim to achieve the levels of capital, productivity and income that are close to those of other EU members. A due to the differences in the initial economic structure, political developments, macroeconomic policies and undertaken reforms, CEECs have diverse records of the transition process. As a result of successfully implemented reforms, large foreign investment inflows, positive rates of economic growth and increased exports and investment activities, certain transition economies achieved a higher level of financial development. However, due to the inconsistent implementation of reforms in terms of openness, political repression and weak rule of law, certain transition economies experienced stagnation and backwardness.

Through an analysis of the economic activity and financial development in the countries from Central and Eastern Europe, this paper aims to highlight the importance of macroeconomic and institutional factors in strengthening the link between the financial development and economic growth in the transition economies.

Keywords: *economic activity, financial development, institutional environment, transitional economies, macroeconomic environment.*

**ПАКУВАЊЕТО НА
ПРОИЗВОДИТЕ - АЛАТКА ЗА
ПРОМОЦИЈА НА
БРЗОДВИЖЕЧКИТЕ
ПРОИЗВОДИ**

Д-р Нада Секуловска

Апстракт

Успехот на секое претпријатие се мери со бројот на препознатливи производи кои ги нуди на пазарот. Најчесто, за да се заштитат и успешно да се презентираат производите се пакуваат во различна амбалажа.

Со пакувањето се добива и поголема атрактивност на производот. Пакувањето е наменето да обезбеди сигурност на производот во текот на складирањето и на транспортот. На пакувањето на производот треба да се обрне посебно внимание и поради тоа што трошоците за пакувањето се често големи, особено кај брзо движечките производи, кај кои, за да бидат атрактивни, се вложува повеќе за да ги привлечат купувачите, чие однесување во продавниците е импулсивно.

Клучни зборови: *производи, пакување, доверба на купувачи*

Вовед

Често, добар производ може да ја изгуби довербата кај купувачите поради лошото пакување. При носењето одлука за пакување се поставуваат барањата (Tihii i drugi, 2006, стр. 264):

- да го заштити производот;
- да оствари комуникација со купувачот (да биде лесно забележливо, да информира, да иницира емоционални потреби).

Клучните димензии на перформансот на пакувањето опфаќаат функционални, диференцијални, етички, финансиски и визуелни улоги. Сите овие улоги што му се припишуваат на пакувањето влијаат истовремено и врз создавањето бренд на производ. Најзначајни атрибути на пакувањето се (Smit, 2010) : препознатливост, бои, способност да се

зачува квалитетот, допадливост на целните потрошувачи, можност да се истакне на полица производот, да е лесно за користење и да биде рециклирачко.

Освен обврската да го заштити производот од неповолните надворешни влијанија и на тој начин да обезбеди производот во изворен облик и квалитет да стигне до рацете на потрошувачот, амбалажата мора да исполни уште низа функции и да ги задоволи трендовите кои се диктирани со развојот на потрошувачкото општество. Амбалажата е клучот за истакнување на предностите и пренесување на дополнителните вредности на производот кои одговараат на потребите на современиот потрошувач.

Амбалажата комуницира со потрошувачот, го информира за производот, го привлекува и се приспособува на промените во потрошувачката и навиките на потрошувачите, користејќи современи материјали, технологија и техники на печатење и го издвојува производот од конкуренцијата. Таа треба да биде практична, ергономски обликувана, приспособена на сите возрасти, на различни поднебја и култури, поинаква, единствена, економична и исплатлива, но, пред сè, да биде пријател на околината. Апсолутен тренд е одржлива амбалажа со одржлив производ (Grozdanic, 2013).

Со развојот на технологијата, со зголемената конкуренција на пазарот и сè попробирливите купувачи, за разлика од порано кога пакувањето се сметало како не многу важен инструмент во маркетингот, денес, произведувачите и продавачите се принудени сè повеќе да го унапредуваат пакувањето во поглед на основната функционалност, при што доаѓа до појава на нови функции.

Со цел да се утврди промотивната улога на пакувањето кај производите кои се брзо движечки и однесувањето на потрошувачите во врска со пакувањето, направено е истражување на намерен примерок од 70 лица со помош на структуриран прашалник.

По обработката на одговорите, добиени се следниве резултати. На пазарот има голем број производи кои се супститути од различни производители, како од домашни, така и од странски претпријатија. Некои производи се спакувани во атрактивна амбалажа која има повеќенаменска улога, со илустрации во боја и, пред сè, практична. На прашањето дали некогаш сте купиле производ само затоа што пакувањето му било атрактивно, потврдно одговориле 83% од испитаниците.

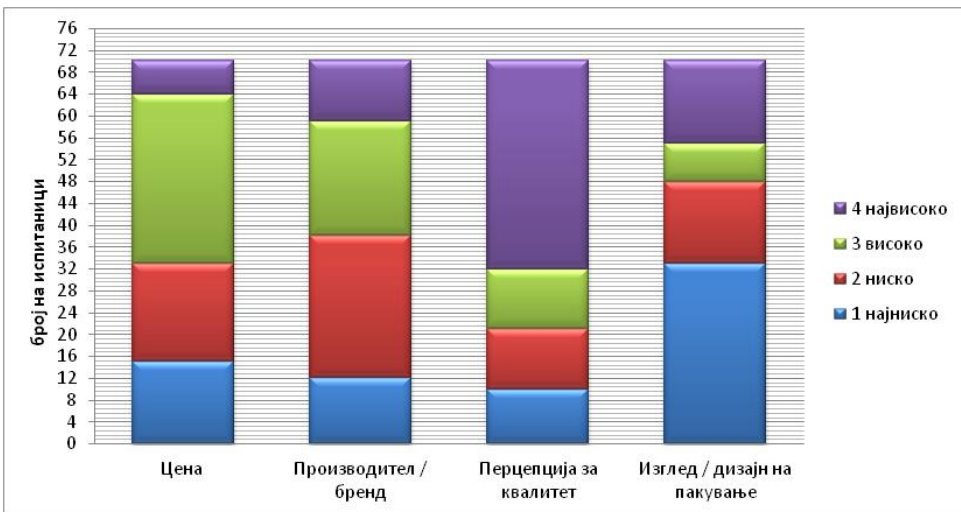
Пакување на производите

Улогата на пакувањето за промоција на производот се однесува на тоа успешно да ги комуницира бенефитите на производот и да евоцира емоционална реакција кон него, да биде повеќе баран од страна на

потрошувачите. Клучните фактори за зајакнување на врската помеѓу производот и потрошувачите се: допадливоста и постојаноста на производот, релевантноста за целните потрошувачи и менување на потребите и на начинот на живот на потрошувачите, конкурентна предност и диференцијација, додека за функционалноста на пакувањето не се преговара. Складното пакување е важна компонента, во смисла на визуелен идентитет и функционални перформанси. Производителите на производот мора го користат развојот на пакувањето за подобрување на марката и на интеракцијата на потрошувачите со самиот бренд.

Кога станува збор за производи кои се брендови, она што тие треба го да бараат, се пакувања кои ќе ги идентификуваат нив како уникатни, кои се заштитени и не можат да бидат имитирани. На прашањето: Додека купувате, на кои карактеристики посветувате најголемо внимание, при што респондентите требаше да ги рангираат на скала од 1, најниско внимание до 4, највисоко внимание, се покажа дека потрошувачите, додека купуваат, најголемо внимание му посветуваат на квалитетот на производот (нивната сопствена перцепција за квалитет), односно таа карактеристика за нив е најважна. На второ место се најде цената. На трето место е брендот, а на последно пакувањето. Но, ако земеме предвид дека потрошувачите во Р. Македонија купуваат брендови како гаранција за квалитетот на производот и ако овие две карактеристики ги разгледуваме заедно, тогаш се искачуваат убедливо погоре во однос на цената и на пакувањето.

Графикон 1. Додека купувате, на кои карактеристики посветувате најголемо внимание (1=најниско внимание; 4=највисоко внимание)?



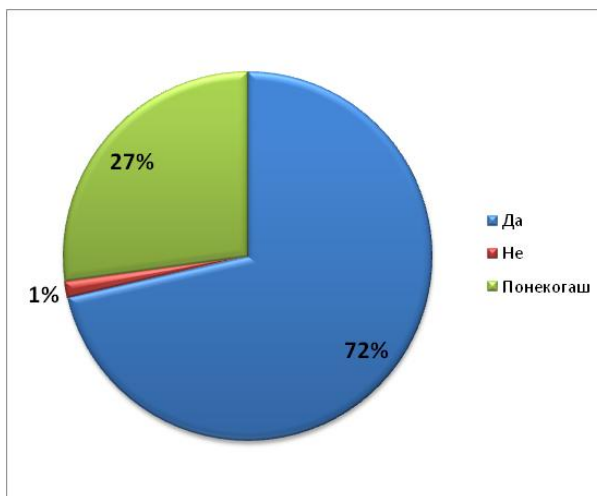
И покрај горенаведените податоци, секако мора да се напомене дека во Р. Македонија, како резултат на нискиот животен стандард на

населението, при донесувањето на одлуки за купување, цената игра голема улога и е еден од најважните решавачки фактори.

На прашањето: „Дали, додека купувате, избирате само одредени брендови?“ 50% од испитаниците одговорија потврдно, 30% одговорија дека тоа го прават понекогаш, а само 20% одговорија негативно. Процентот на потрошувачи што одговорија со “не” и “понекогаш” на ова прашање е доста висок. Најчестата причина за неодлучноста или непреферирање на одредени брендови е желбата да се проба нешто ново. Исто така, некои од потрошувачите сметаат дека „брендот не е гаранција за квалитет на нашиот пазар, во многу случаи помалку комерцијализирани брендови имаат висок квалитет кој ги задоволува потребите на потрошувачите“. Според истражувањето, спроведено од страна на TGI на 13.000 испитаници во земјите од поранешна Југославија - Хрватите, Србите и Македонците купуваат нови производи што ќе ги сретнат на рафтовите во продавниците. Словенците значително помалку експериментираат, повеќе се конзервативни и верни на своите навики (Instore, 2012).

За да ја потврдиме важноста на информациите што ги има на едно пакување, ги прашавме потрошувачите дали читаат декларации. Очекувано, 72% од нив одговорија потврдно, 27% со понекогаш, а само 1% со не.

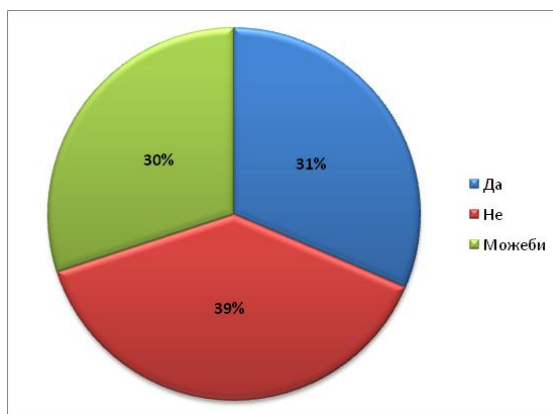
Графикон 2. Дали читате декларации



Со цел да се испита значењето на пакувањето, ги прашавме потрошувачите дали би купиле рефусен производ ако цената му е значително пониска. Од вкупниот број испитаници 39% одговорија со не, додека 30% со можеби. Потврдно одговорија 31% од испитаниците, што покажува дека македонските потрошувачи се сè уште под големо влијание

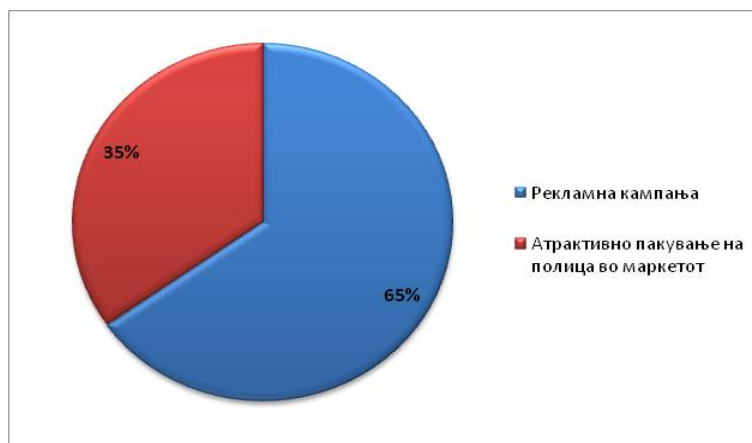
на цените на пазарот, односно полесно се решаваат за производи со пониска цена и покрај тоа што се рефус, без јасно брендирање.

Графикон 3. Дали би купиле непакуван производ (рефус) доколку цената му е пониска?



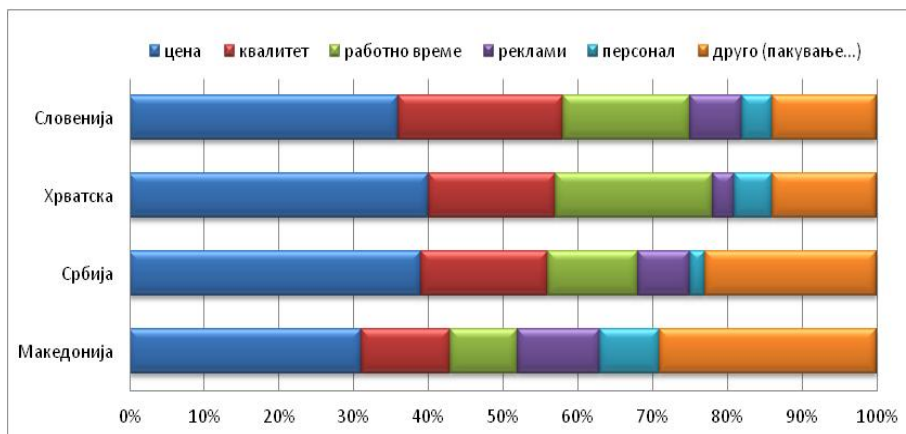
За да го испитаме влијанието на рекламните кампањи во однос на пакувањето, ги прашавме потрошувачите што влијае повеќе на нив да купат одреден производ, дали се тоа рекламни кампањи или атрактивно пакување. Резултатите покажаа дека во Р. Македонија, сè уште рекламните се моќно средство за привлекување на потрошувачите. Меѓутоа, значителен број испитаници атрактивното пакување ги натерало да купат производ, што значи дека пакувањето игра улога во промоцијата на производите и тоа треба да се развива.

Графикон 4. Што би ве натерало повеќе да купите некој нов производ?



Влијанието на рекламните кампањи за купување на производ го потврдува и едно друго истражување. Имено, податоците од TGI - истражување спроведено на 13.000 испитаници во земјите од поранешна Југославија (Instore, 2012) покажуваат дека рекламирањето е најефикасно во Македонија, а најмалку ефикасно во Хрватска.

Графикон 5. Фактори кои влијаат на одлуките при купувањето кај средната класа на различни пазари



Извор: Регионален трговски магазин INSTORE, бр. 2, ноември 2012 год.

Преку конкретното истражување по ова прашање, односно влијанието на елементите на пакувањето, се дојде до одредени заклучоци. Имено, на прашањето: „Што прво забележувате кај едно пакување на одреден производ?“ 37% од потрошувачите одговорија дека најмногу го забележуваат брендот, потоа сликите и визуелните информации, а најмалку го забележуваат материјалот од кој е изработено пакувањето.

Јасно е дека треба со голема внимателност да се пристапи кон пакувањето. Колку компаниите од Р. Македонија ги следат тие принципи. Оние што се сериозни во својот настап на пазарот, што тежнеат да бидат лидери или што сакаат да ја задржат лидерската позиција, оние кои ја ценат лојалноста на потрошувачите всушност и немаат избор, освен да ги следат најновите трендови во пакувањето, кои, пак, се последица на развојот на технологијата.

Испитаниците ги замоливме да се изјаснат и да дадат оценка од 1-5 на различни елементи од пакувањето, како што се сликовните информации, илустрацијата, логото и симболите.

Табела 1. Кои од сликовните информации ги забележувате веднаш на пакувањето – илустрација, лого, симболи?

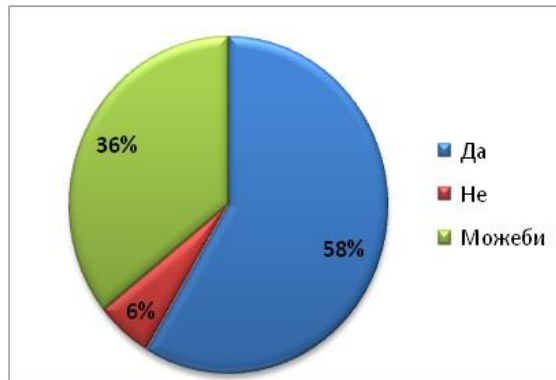
Сликовни информации	1	2	3	4	5
Илустрација	11%	4%	5%	11%	69%
Лого	5%	11%	30%	18%	36%
Симболи	10%	11%	40%	22%	17%

Според резултатите, поголемиот број испитаници најбргу ги забележуваат илустрациите. За највисоката оценка 5 се определија 69% од испитаниците, а 11% од нив се одлучија за оценка 4.

Очигледно е дека најмногу информации на купувачот му дава илустрацијата, бидејќи со својот концизен јазик може да каже многу повеќе од мноштво изговорени зборови. Добрата илустрација, освен со својата изразито идентификациска функција, би морала да го привлече купувачот, односно да го мотивира или да го асоцира на спакуваниот производ. Овие високи оценки на испитаниците очигледно произлегуваат од фактот дека илустрациите со својата големина се најзабележителни елементи на визуелните информации и на купувачите можат да им се презентираат на повеќе начини. Тука е и фактот дека купувачот го задржува погледот на амбалажата само неколку делови од секундата. Во изобилството разновидна амбалажа, таа во тоа кратко време мора да му ја пренесе информацијата која ја содржи.

За да ја испитаме важноста на практичната функција на пакувањето, ги прашавме потрошувачите дали би го промениле брендот на одреден производ што го купувате доколку со пакувањето на производот тешко се ракува (тешко се отвора, не е соодветно за складирање, лесно се кине/крши и сл.).

Графикон 6. Дали би го промениле брендот на одреден производ што го купувате доколку со пакувањето на производот тешко се ракува?



Како што може да се види, повеќе од половина од испитаниците се изјасниле позитивно на ова прашање, а голем е бројот и на оние кои рекле дека можеби би го промениле брендот на производот доколку со него тешко се ракува. Претпријатијата треба да обрнат внимание на овие лица и со добри информации да ги донесат во првата група.

Постојат повеќе причини кои го потенцираат значењето на заштитната функција на амбалажата, а позначајни се (Петковска, 2007, стр. 46): сè поголемата конкуренција на пазарот, совладувањето на поголеми географски дистанци кога производот се пласира на повеќе странски пазари и зголемената употреба на самопослужувањето во продажбата (производите, кои се ставаат на отворена полица, за потенцијалните купувачи да ги земат во рака, ги разгледуваат и повторно ги враќаат на истото место, бараат многу повеќе заштитно пакување од производите кои се чуваат зад тезга).

Заклучок

Истражувањето ја потврди важноста на заштитната улога на пакувањето. Имено, на прашањето, кој е нивниот приоритет кон пакувањето додека купуваат разни производи, со можност да одговорат, добро да го заштити производот, добро да ги пренесува информациите за производот, да биде практично пакувањето и, на крај, да биде еколошко, најголем процент од испитаниците се изјаснија дека им е најважно пакувањето добро да го заштити производот. Денес, кога се става голем акцент на екологијата, потребно е да се дадат информации за еколошката страна на пакувањето, со цел потрошувачите да станат свесни за тој проблем, бидејќи од истражувањето се утврди дека најмал приоритет кај потрошувачите се става на еколошката страна на пакувањето.

Литература

- Simon Smit (2010), "Brand Strenght and Packaging" available at <http://www.smitherspira.com/home.aspx>, (пристапено во јуни 2013).
- Grozdanic R., 2010, Marketing prirucnik TFC, Katedra Preduzetnicki Inzenjerski menadzment.
- Петковска Т. Б., (2007), *Пакувањето и обележувањето на производите за странските пазари*, Економски развој, год. 9, бр.1-2.
- Tihi B., Čičić M., Brkić N., 2006, Marketing, Ekonomski fakultet, Sarajevo.
- Регионален трговски магазин INSTORE, бр. 2, ноември 2012.

PACKAGING AS A TOOL FOR PROMOTION OF FMCG

Nada Sekulovska, Ph.D.

Abstract

The success of any enterprise is measured by the number of identifiable products offered by the market. Mostly the products in order to protect and effectively present, are packaged in different packaging.

With the packaging the product is getting more and attractiveness. The packaging is designed to secure the product during storage and transport. The product packaging should be given special attention and therefore the cost of packaging is often particularly large in fast moving products, to attract customers whose behavior is impulsive shopping.

Keywords: *products, packaging, customer loyalty*

МАРКЕТИНГ МЕНАЏМЕНТОТ – ЛУКСУЗ ЗА МАКЕДОНСКИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА

*Д-р Олга Градишка –
Теменугова*

Апстракт

Целта на овој труд е да го прецизира маркетинг менаџментот, да го потенцира неговото значење и да ја апострофира неговата адекватна примена како начин да се опстане во услови на пазарно, конкурентно опкружување.

Во овој контекст, трудот прави обид да го детектира присуството, повеќе неприсуството на маркетинг менаџментот кај македонските претпријатија, да го врзе за објективните и за субјективните фактори кои го детерминираат во реалноста на Р. Македонија, односно кои го физиомираат како нешто без што се може во стопанисувањето на македонско тло. Оттука и препораките за реверзибилност во оваа насока.

Клучни зборови: *маркетинг менаџмент, фази на маркетинг менаџмент, маркетинг менаџмент во Р. Македонија, субјективна и објективна детерминираност на маркетинг менаџментот.*

Маркетинг базиран врз импровизации е кобен за претпријатијата.

1. Современите пазарно ориентирани претпријатија функционираат под палката на маркетинг менаџментот. За маркетинг менаџментот постојат најразлични дефиниции – пошироки и потесни, конкретни и апстрактни, функционалистички и структуралистички..., меѓутоа, за сите нив е заеднички пристапот дека маркетинг менаџментот претставува **процес** на управување (менаџирање) со маркетинг активностите во рамките на претпријатието, а во функција на максимално задоволување на потрошувачките барања од една, но и максимално остварување на профит

од друга страна. Симултаноста во реализирањето на овие две цели за конкурентни услови а priori се подразбира.

Сфатен како процес, маркетинг менаџментот се потпира врз **фази**, познати во теоријата како негови функции и тоа: планирање на маркетинг активностите, организирање на маркетинг активностите, артикулирање на маркетинг активностите во останатите активности на претпријатието и, конечно, контрола на маркетинг активностите.

Планирањето како фаза на маркетинг менаџментот ги утврдува целите на маркетинг активностите, како и стратегијата за нивното реализирање, но во синхронизација со општиот план на претпријатието, односно во хармонија со останатите парцијални планови на ниво на претпријатието. Еднаш формулираниот план не е и конечен. Тој подлежи на измени кои се случуваат во од, зависно од измените во потесното или во пошироото опкружување.

Организирањето, втората фаза на маркетинг менаџментот следи веднаш по планирањето и се однесува на дефинирање и формирање на таква организација на самата маркетинг активност која ќе обезбедува реализирање на зацртаните цели и задачи предвидени со планот. Од овој аспект, широка е лепената која теоријата ја посочува за типовите на организирање на маркетинг активностите. Тука се функционалниот (според функции), производниот (според производи), потрошувачкиот (според потрошувачи), пазарниот (според пазари), па сè до комбинираниите форми на маркетинг организирање.¹ Како и да се постапи, корелацијата меѓу организираноста на маркетингот и постигнувањето на зацртаните маркетинг цели е неспорна. Со маркетиншкото организирање de facto се анимираат, т.е. се ставаат во функција сите маркетинг активности, дефинирани како цели, задачи, акции. Од друга страна, маркетинг организацијата како динамичен, а не како статичен систем, треба да е флексибилна, односно доволно адаптивна на сите промени кои се случуваат во опкружувањето (потесно или пошироко), а кои ја тангираат побарувачката, доходната моќ на купувачите, конкуренцијата, правната регулатива, трошоците на производство, системот на потреби и сл. Оттука, теорискиот, па и практичниот наод, дека организационата етаблираност на маркетингот во секое претпријатие трпи, како краткорочни, така и долгорочни промени, т.е. влијанија.

Артикулирањето на маркетинг активностите во сите други активности на претпријатието е третата фаза на маркетинг менаџментот која акцентот го фрла врз создавањето на вистинска маркетинг атмосфера во претпријатието како целина, стимулирајќи ги сите деловни сегменти за свртување кон купувачите, односно за нивно пулсирање според пазарните барања. На таков начин маркетинг однесувањето се вкоренува кај сите

¹ Тие се најмногу во примена, т.е. многу почесто претпријатијата ги применуваат во практиката комбинираниите, односно поединечните форми на организирање.

вработени и кај сите сектори присутни во претпријатието како отворен систем за дејствување.

Контролата на маркетинг активностите, т.е. четвртата фаза на маркетинг менаџментот, *in fine* ги споредува реализираните со планираните маркетинг активности. Со неа всушност планирањето перманентно и континуирано се проверува, оценува и по потреба се коригира. Теоријата упатува на потребата контролирањето да е децидно утврдено по лица, место и време, бидејќи само така ќе се стигне до крајно посакуваната цел – просперитет на целото претпријатие на долги патеки.

2. Колку македонските претпријатија го практикуваат маркетинг менаџментот, односно фазите преку кои тој се реализира? Тоталното отсуство на каква било информационо-документациона база, т.е. отсуството на релевантни податоци од една и безуспешните обиди за спроведување на анкета меѓу претпријатијата на Р. Македонија, а која би понудила објективни, непристрасни наоди за оваа проблематика. Од друга страна, беа основните причини на поставеното прашање да се обидеме да дадеме одговор само врз основа на методот на опсервација и на долгогодишното кумулирано знаење и искуство во врска со маркетинг тематиката. Се разбира дека логичкиот, односно причинско-последичниот метод не ги запоставуваме при ваквата постапка.

а) На ниво на претпријатие во Р. Македонија се кристализира наодот дека малку или никако не се планира, односно не постои планирање за активноста на претпријатието воопшто, па оттука и за активноста на маркетинг менаџментот посебно. Со други зборови, македонските претпријатија вистински не планираат или, уште поконкретно, импровизираат стратегии, т.е. практикуваат формално планирање кое е повеќе продукт на желбите одошто на реалните можности. Оттука, неостварливоста и необјективноста на ваквото декларативно планирање. Ако не се превиди теорискиот факт дека планирањето бара релативно стабилно опкружување, односно релативно извесни услови за однесување, тогаш ваквата состојба во врска со планирањето не може да изненадува. Кризните тенденции, како во потесното, така и во поширокото опкружување, неликвидноста и несолвентноста на македонските претпријатија, несигурните нарачки, дисконтинуитетот во производството заради недостиг на суровини, репроматеријали и енергија, проблемите со вработените и со нивните плати, отежнатиот извоз/увоз, намалениот број на пазари итн. се објективни проблеми кои го оптоваруваат менаџментот на претпријатијата во Р. Македонија и ги демотивираат вработените во нив. Во услови кога менаџерите се преокупирани со тековни, оперативни проблеми, а вработените стравуваат за своето место и својата плата, не егзистираат ниту мотив, ниту средства, ниту време да се гради идната визија за просперитетот на претпријатието. *In ultima linea*, токму затоа планирањето е од “краток здив” и се супституира со краткорочна прогноза “од денес за утре” со најразлични тактики од моделот претпријатието да опстане,

односно од моделот вработените да опстојат. Не треба голема смисла за аналитичност за да се констатира дека ваквото “планирање” е далеку од научните барања за вистинска стратегија за деловен успех. Колабираното планирање на ниво на претпријатие, по системот на “врзани садови” провоцира колапс и кај парцијалните планови, а меѓу нив и кај оној на маркетинг менаџментот. Ако генерализираме, тогаш првата фаза на маркетинг менаџментот – планирање на маркетинг активностите во претпријатијата на Р. Македонија можеме многу повеќе да ја врземе за негативното влијание на објективните фактори, одошто за она на субјективните.

б) Инвалидизираното планирање е во кореспонденција и со несоодветната организираност на маркетинг активностите. Во принцип, адекватната маркетинг организираност бара егзистирање на издвоено (посебно) одделение (сектор, служба) за маркетинг. Низ призма токму на организираноста на маркетингот во Р. Македонија е присутно вистинско шаренило. Постојат претпријатија кои сè уште се продажно ориентирани, т.е. не ја акцептирале маркетинг концепцијата и кои од организациона гледна точка го задржале класичниот, традиционален, комерцијален сектор. Овде можат да се вбројат малите, па и дел од средните претпријатија, кај кои функцијата на управувањето се преклопува со онаа на сопственоста. На друга страна, егзистираат и претпријатија кои вистински не ја сфатиле улогата на маркетингот, па респективно спорадичните маркетинг активности ги обавуваат преку други сектори, односно тие активности ги делегирале на други служби (служба за план и анализа, служба за комерцијални работи, служба за распределба, служба за општи и правни работи и сл.). Најголемиот број од средните претпријатија во македонски услови функционираат на ваков начин, т.е. во отсуство на маркетинг сектор, служба, одделение, или поконкретно, маркетинг службата е дел од некоја друга служба која дури и нема некоја допирна точка со маркетингот и активностите кои тој ги бара. Меѓу средните претпријатија во Р. Македонија се забележуваат и такви кои се декларираат за маркетинг ориентирани претпријатија, а формално немаат прифатена маркетинг организација. Кај нив, службите за маркетинг се именуваат како продажен сектор, одделение за пласман, комерцијална служба и сл. Конечно, еден мал број на претпријатија стојат на позициите на маркетинг концепцијата, па конституирале и вистинска маркетинг организација. Кај нив функционираат посебни маркетинг служби чија основна задача е обавување на маркетинг активностите. Ваква организациона структура имаат големите македонски претпријатија, а меѓу нив најголем е бројот на оние кои преку аквизиција се најдоа во рацете на странски сопственици и, главно, стопанисуваат во услужните дејности. Но сепак, кај дел и од одвие претпријатија интерната организација на маркетинг секторот, т.е. актив-

ностите околу оформување на т.н. маркетинг микс² не се компактни, туку дисперзирани, па формирањето на цените се врши во сметководствениот сектор, истражувањето на пазарот во комерцијалната служба, пропагандата во продажното одделение, а планирањето на производот во производниот сектор.³ Барањата на теоријата во овој контекст се децидни, т.е. ако веќе е конституиран маркетинг сектор, служба или одделение, сите активности на маркетингот императив е да се во нивна компетенција. Од друга страна, некои од тие претпријатија во активноста на својот маркетинг сектор ја вклучуваат и набавката, што е теориски недозволиво, освен во случаи кога егзистираат заемни, врзани купопродажни трансакции. Во сите други случаи, а особено ако е во прашање големо претпријатие, набавката треба да е во надлежност на посебно, набавно одделение, сектор или служба. Инаку, независно од извршената класификација на македонските претпријатија според маркетиншката организираност, ако воопштуваме, тогаш кај сите нив во прашање е т.н. централизиран тип на организација на маркетингот за кој теоријата нотира, а практиката верификува прифатливост, само кога се работи за пласман на исти пазари, за исти купувачи и преку исти канали на дистрибуција. Спротивно, кога се работи за понуда на различни купувачи, на различни пазари, преку различни дистрибуциони канали, поефикасен е т.н. децентрализиран тип на маркетинг организирање. Имајќи го ова предвид, на македонските претпријатија повеќе би им одговарал вториот тип. Сè на сè, и од организациона гледна точка на македонските претпријатија како претенденти за маркетинг ориентацијата, можат да им се припишат многу забелешки. Причините за тоа, освен кај објективните фактори, за кои веќе зборувавме, можат многу повеќе да се лоцираат кај субјективните, т.е. во занемарувањето на теориските препораки, а ргоро маркетиншката организираност од страна на менаџерските тимови во Р. Македонија.

в) Формалното планирање и неадекватното организирање на маркетинг активностите не остануваат без рефлекс и врз можноста за артикулирање на маркетинг размислувањето и дејствувањето кај македонските претпријатија како целина, односно кај деловите кои таа целина ја формираат. Теориските наоди и од овој аспект подвлекуваат дека маркетинг интеракцијата меѓу сите сектори во претпријатието, меѓу сите вработени, меѓу сите менаџерски нивоа е клучот за вистинско маркетиншко етаблирање на пазарот. Унифицираноста низ призма на маркетинг однесувањето кај сите ентитети на претпријатието делува како врзливо ткиво, ги усмерува во еднаква насока, односно во насока на респектирање на пазарните барања како основна цел, аксиом на секој маркетинг.

² Маркетинг миксот го компонира содејство од т.н. 4P (Product, Price, Place, Promotion) – производот, цената, дистрибуцијата, промоцијата.

³ Дисперзираноста од овој аспект е многу штетна, бидејќи на таков начин тешко се изнаоѓа оптималната комбинација на т.н. 4P маркетинг алатки, а таа е еден од постулатите за успешно маркетинг функционирање.

Респективно, така ќе се одвива игра со многу добитници, во која никој не губи, ниту вработените, ниту менаџерите, ниту претпријатието како целина, а резултатите ќе се – задоволни купувачи, добра позиција на пазарот и долгорочен профит. Од впечатокот дека на ова поле работите кај македонските претпријатија стојат најлошо не можеме да се ослободиме. Најнапред заради фактот што кај претпријатијата во Р. Македонија е забележлив типот на централизирано управување (менаџирање), чија основна карактеристика е концентрирање на моќта за одлучување кај врвниот менаџмент. Со тоа конекцијата на интерменаџерско и на интерсекторско ниво е прекината. Кооперацијата помеѓу менаџерите, помеѓу вработените, па консеквентно и помеѓу секторите, како и на релацијата менаџери - вработени не е застапена.⁴ Така, претпријатијата како целина не се интегрирани околу основната цел – следење на пазарните барања, усогласување на активностите според тие барања, а во правец на максимална задоволеност на потрошувачите и максимално реализирање на профит, не само на краток, туку пред сè на долг рок. Наместо тоа, се случува спротивното. Континуирано истражување на пазарот не постои, конкуренцијата само делумно се следи, потрошувачите остануваат неидентификувани, се нуди она што се има, а не она што се бара, квалитетот потклекнува, а нови производи нема... Оттука и негативните финансиски резултати на македонските претпријатија, нивната неактивност и пасивизираност, статичност во растот и развојот, маргинализираност на маркетинг активностите, или со еден збор, неадаптибилност кон промените кои се случуваат во опкружувањето (потесно и пошироко). Ако резимираме, тогаш причините за ниската артикулираност на маркетинг сфаќањето низ крвотокот на целото претпријатие во македонските услови пред сè би ги побарале во субјективните фактори, иако и објективните не остануваат без своите реперкусии.

г) Имајќи предвид дека во сите три фази на маркетинг менаџментот кај македонските претпријатија се дијагностицираат несакани тенденции, не може да се очекува дека и во четвртата фаза, т.е. контролата на маркетинг активностите кај истите тие претпријатија состојбата би била подобра. Ако не постои објективно планирање на маркетинг активностите, ако организационата структура на маркетинг активностите е неадекватна, ако маркетинг артикулацијата меѓу секторите кај македонските претпријатија не се чувствува, тогаш економски *non sense* е контролата кај нив да функционира. Ова од едноставна, логична причина, бидејќи нема што да се споредува, односно не постои реален стандард, репер, во однос на кој реализираното ќе се компарира, а уште помалку ќе се коригира во саканите правци. Претпријатијата во Р. Македонија концентрирани на оние законски облигаторни контроли, доброволната контрола од аспект на маркетинг активностите потполно ја изоставуваат или само провизорно ја вршат, што

⁴ Нема проток на идеи, сугестии, соработка, совети, упатства, ниту по хоризонтална, ниту по вертикална, ниту по дијагонална линија.

не е во склад со теориските препораки кои и даваат рамноправен третман како фаза на маркетинг менаџментот со останатите фази кои претходат во процесот на маркетиншкото менаџирање со претпријатието. Причините за игнорирањето на контролата на маркетинг активностите од страна на македонските претпријатија повторно можат да се апострофираат како објективни, но и како субјективни. Објективни заради фактот што економската клима во Р. Македонија, сè уште не нуди релаксирани можности за производство и за пласман на произведеното⁵, а субјективни заради фактот што македонските менаџери се многу ригидни кога е во прашање потребата за какви било измени. Состојбата за прифаќање на status quo, од двата аспекта, само го потенцира однесувањето на македонските менаџери, по линија на помал отпор, да решаваат, одлучуваат, управуваат ad hoc, па дури и тогаш кога не се во прашање многу средства, многу труд и многу време, туку само малку повеќе мотивираност и креативност.

3. Направената опсервација, без грижа на совест, дозволува да дедуцираме дека маркетинг менаџментот во македонските услови сè уште не го нашол своето вистинско место, односно дека не го нашол своето вистинско значење кое тој го има во развиените пазарни економии. Оттука, и неговото мало соучесништво во приближувањето на производството (квантитативно и квалитативно) кон пазарните барања, односно во подигањето на рентабилитетот на претпријатијата во Р. Македонија (краткорочно и долгорочно). Токму затоа, тој може да го понесе атрибутот на дефанзивен маркетинг менаџмент кој, ако во догледно време не добие офанзивен пресврт, може многу да им наштети на македонските претпријатија и од аспект на купувачите и од аспект на конкуренцијата и од аспект на технологијата. Притоа, несоборлив е фактот дека маркетинг менаџментот, како целина и по фази, зависи од многу фактори: големината и староста на претпријатијата, карактерот на нивното производство, постојното бизнис опкружување, видот на сопственоста, степенот на достигнатото техничко-технолошко ниво, бројот и разместеноста на потрошувачите, големината на домашниот и на потенцијалниот надворешен пазар, видот на конкуренцијата, расположливиот маркетинг кадар – неговите знаења и способности за тимска работа итн. Интензитетот на влијание на овие фактори (интерни и екстерни) е многу различен кај различните претпријатија, т.е. варира од претпријатие до претпријатие, па и во едно исто претпријатие варијациите се различни во различни временски периоди. Затоа егзистираат и различни пристапи кон маркетинг менаџментот, кон неговите фази во различните претпријатија. Но, останува аскиомот дека секоја промена кај факторите треба да најде своја рефлексија врз стопанисувањето на претпријатието како отворен динамички систем или како множество од потсистеми меѓу кои се вбројува

⁵ Македонските претпријатија имаат проблеми со производството, а маркетинг ориентираните претпријатија се претпријатија каде проблемите на пласманот избиваат во преден план, т.е. каде проблемите со производството се елиминираат.

и маркетинг менаџментот. Сеедно дали измените се мали или големи, потполни или делумни, тие треба да се постојано присутни на сите деловни нивоа, а во интерес на купувачите од една и претпријатието од друга страна. Етаблирањето и функционирањето на вистински маркетинг менаџмент, со адекватно реализирање на неговите фази, во конкурентни услови не е ни малку лесна, ни малку едноставна задача, но не и невозможна, уште повеќе ако се имаат предвид материјалната, па и моралната сатисфакција како нивни резултанти.

* * *

Summa summarum, маркетинг менаџментот, како процес кој се одвива во фази, е составна компонента во функционирањето на современите пазарно ориентирани претпријатија. Со транзицијата, македонските претпријатија *de jure* добија токму таква квалификација, но *de facto* значајно отстапуваат од неа. Аргументацијата дека претпријатијата во Р. Македонија и по толку години транзиција во маркетинг менаџментот сè уште не го најдоа оној значаен импут за успешно, ефикасно, ефективно, па и рентабилно стопанисување оди во прилог на претходната констатација.⁶ За волја на вистината, обидите маркетинг менаџментот да се инкорпорира во работењето на претпријатијата се присутни, но во рудиментирана форма, одат многу споро и со многу “цик-цак” чекори притоа. Маркетинг менаџментот воопшто, па и неговите составни фази посебно, кај македонските претпријатија, барем кај најголемиот број од нив, не се одвиваат ниту во склад со теориските наоди, ниту се во спрега со позитивните практични искуства. Напротив, претпријатијата во македонското милје како да развиваат некој свој тип на маркетинг менаџмент, маркетинг “*made in Macedonia*” кој според нашите согледувања става знак на равенство помеѓу рекламата (економската пропаганда, промоцијата) и самиот маркетинг, што е многу симплифицирано и тесно сфаќање на маркетингот како поим. Рекламата е значајна во маркетиншкото функционирање на претпријатијата, но не и доволна.⁷ Таа само во заедништво со добриот производ, добрата цена, добрата дистрибуција може да даде добри резултати.

Нашата генерална дедукција дека примената на маркетинг менаџментот, сеедно дали го опсервираме како целина или по фази, во Р. Македонија не задоволува, ја врзавме за причини од објективна и од субјективна природа. Додека објективните (екстерните) причини се вон од

⁶ Да биде иронијата поголема, во предтранзициониот период имавме многу повеќе маркетинг отколку денес.

⁷ Фреквентното рекламирање на производ/услуга не ги легитимира претпријатијата како маркетиншко активни, туку едноставно само ја “пере совеста” дека на маркетиншки план нешто се направило.

контролата на претпријатијата, дотогаш субјективните (интерните) се во нивна компетенција, па и нивна одговорност. Оттука и препораките со мерките на економската политика да се влијае повеќе врз создавањето на подобри услови на страна на понудата, како и на страна на побарувачката, односно стимулирање на пазарот во функција и на поголемо производство и на поголема потрошувачка. Што се однесува до самите претпријатија, приврзаници сме на препораката за усовршување на нивниот менаџмент воопшто, односно маркетинг менаџментот посебно, во насока на подигање на менаџерските знаења, како и на развивање на чувството за тимска работа за која мислиме дека најмногу недостасува.⁸ Ако истовремено се делува на двата фронта (оној на макро и оној на микро ниво), ако во кризата се пронајде предизвик, а не тешкотија, односно ако од пасивноста се премине во креативност, на мислење сме дека работите во врска со македонскиот маркетинг би се подобриле. Во секој случај, егзистирањето на маркетинг менаџментот, преку интегрирано реализирање на неговите фази, не е веќе прашање на избор, туку императив на времето во кое живееме.⁹ Оттука, нашата силна заложба за реверзибилност на процесите на планот на македонскиот маркетинг менаџмент. Само така тој ќе го изгуби сегашниот третман на луксуз за македонските претпријатија.

Литература:

- Kotler P. and Keller K. L.: “Marketing Management” 14e, Prentice Hall, 2012.
Kotler P. et al.: Principles of Marketing, 2e, Prentice Hall Europe, 1999.
Milisavljević M.: Strategijski Marketing, EF Beograd, 2010.
Milisavljević M.: Marketing, 17e, Savremena Administracija, Beograd, 1997.
Đorđević M.: Strategijski Marketing, Savremena Administracija, Beograd 1994.
Lancaster G. and Massingham L.: Menadžment u Marketingu, Grmeč, Beograd 1997.
Milisavljević M. i Todorović J.: Marketing Strategija, EF Beograd, 1997.
Група автори: Изаови менаџмента и маркетинга у глобалном окружењу, ЕФ Београд, 1998.

⁸ Преку школување, дошколување, студиски престој, семинари, постдипломски студии, специјализации, курсеви и сл. Инаку, во врска со нашите менаџерски знаења постојат дијаметрални ставови – од оној дека тие знаат сè, до оној дека не знаат ништо.

⁹ Преовладува ставот дека маркетинг активностите влечат екстра трошоци кои во услови на мало и неразвиено стопанство треба да се избегнуваат, односно дека маркетинг менаџментот е нешто без што се може (“производот/услугата се продава, па зошто ни е потребна маркетинг поддршка?”).

MARKETING MANAGEMENT – LUXURY FOR MACEDONIAN FIRMS

Olga Gradiska – Temenugova, Ph.D.

Abstract

The goal of this paper is to precise the marketing management, to highlight its importance and to accentuate its adequate implementation as a way of surviving in conditions of a market competitive environment.

In this context, the paper is a trial to detect the presence or rather the absence of the marketing management in the Macedonian firms, to connect it to the objective and subjective factors that determine it in the Macedonian reality, and represent it as something without which the Macedonian market can function. Here from, the guidelines about reversing the marketing management from this way.

Key words: *marketing management, phases of marketing management, marketing management in R. Macedonia, objective and subjective determinants of marketing management.*

УДК: 35.071.2-027.236(4-11)

ПРОБЛЕМОТ СО ЈАВНАТА АДМИНИСТРАЦИЈА

Д-р Ристо Христов

Апстракт

Проблемот со јавната администрација денес е присутен во сите земји и на сите страни во светот. Постојано се укажува дека јавната администрација е преобемна, не е стручна, не ги извршува своите активности ефикасно, се однесува конформистички и создава свој посебен систем на интереси и вредности. Но, и покрај ваквите укажувања и постојано присутните и енергични заложби за нејзино темелно реформирање, за изградбата на еден рационален, ефективен и ефикасен административен апарат, сè уште многу малку е направено. Посебно актуелен е проблемот со јавната администрација во земјите кои поминаа низ процесот на транзиција, каква што е и Република Македонија. Во приложениов труд е направен напор да бидат согледани најактуелните и најчувствителните прашања со кои се соочуваат напорите за реформирање на јавната администрација, при што посебно е укажано на најактуелните проблеми со кои во врска со јавната администрација денес се соочува Република Македонија.

Клучни зборови: *јавна администрација, јавна контрола, јавна одговорност, позитивна дискриминација, нов јавен менаџмент.*

Вовед

Јавната администрација може да се дефинира од гледиштето на различните научни дисциплини. За правните науки, јавната администрација „во основа претставува спроведување на јавните закони“ (Rosenbloom, 1990). Јавната администрација не може да постои без законодавството како правна основа за нејзиното дејствување. Според науките за менаџментот, јавната администрација е комплементарен дел на управувањето. Управу-

вањето ја означува одговорноста на манаџерите за водењето на организацијата заради постигнување на саканите организациски цели (Shafritz et al, 2009). Како професија, јавната администрација е збир од академски и практични знаења кои му служат на општеството за остварување на неговите функции од јавен интерес. Преку јавната администрација, јавната власт ја извршува својата политичка функција. Јавниот карактер ја одделува јавната администрација од приватната администрација и од бизнис администрацијата.

За спроведување на јавната политика задолжени се јавните институции. Не постои јавна институција или каква било политичка или друга организација која со време не се бирократизира, макар колку самата да се прогласува за демократска. Поради тоа, строгите конструктивисти сметаат дека носителите на јавната власт не треба да располагаат со посебни дискрециони права и со други овластувања кои можат да ги применуваат без да бидат надгледувани од некое соодветно тело со специфични овластувања и со неопходната сила за принуда која може да ги оневозможи да ја злоупотребат својата власт (Shafritz et al, 2009). Значаен коректив на јавната политика во современите услови претставуваат средствата за масовна комуникација и невладините организации, доколку и едните и другите се навистина независни, односно доколку не се под влијание на јавната политика преку начинот на финансирање, политиката на уредување на јавните гласила и сл.

Јавната извршна власт секогаш има можност преку јавната администрација да го обезбеди процесот на креирање и спроведување на својата политика. Доколку не постојат потребните механизми за контрола на употребата на финансиските средства, извршната власт ќе ги употреби нив за реализација на своите проекти и намери, наспроти несогласувањето на мнозинството од граѓаните. За истите цели ќе бидат употребени и медиумите, кои ќе го подготват јавното мислење за прифаќање на владината мерка. Потоа законодавната власт, и самата зависна од извршната власт, владината политика ќе ја преточи во определен систем од законски мерки, со повторно и силно медиумско разгласување и оправдување на предложените законски мерки, без потребното критичко проследување на алтернативни решенија и при сета објективна немоќ на опозициските структури. Најпосле, ќе изостане изјаснувањето на уставната судска инстанца или, доколку се изјасни, ќе се приклони кон веќе заземеното решение од страна на законодавната власт.

Херберт Сајмон, добитник на Нобеловата награда за економија за 1978 година, смета дека претставниците на јавната власт, па и целокупната јавна администрација, своите одлуки ги донесуваат во услови на „ограничена рационалност“. Бројот на информации и алтернативи, кои треба да бидат истражени и земени предвид, е толку голем што е невозможно една изолирана индивидуа да може сите да ги разбере, да ги земе предвид и да ги имплементира, за да успее „да се приклони кон

објективната рационалност“, поради што одлуките се донесуваат во услови на задоволувачки информации, а не при оптимални информации (Simon, 1997). Поради тоа, при донесувањето на политичките мерки треба да се прибегнува кон моделот на „краткорочни решенија со постепени промени“. На овој начин, деталите постепено ќе бидат откривани, слабостите воочувани, а новите опции и потребните средства земани предвид и практикувани (Etzioni, 1967).

1. Методологија на истражувањето

Методолошкиот пристап во истражувањето на многубројните и различни проблеми со јавната администрација, поставени за разгледување во овој прилог, подразбираше најнапред да бидат изложени најзначајните научни резултати поврзани со прашањата на јавната администрација. Потоа е проследена правно-нормативната регулатива со која се определени правата и надлежностите и според која функционира јавната администрација во Република Македонија. Најпосле, врз основа на расчекорот помеѓу правно-нормативната регулатива, објективните услови и начинот на којшто функционира, посочени се најзначајните проблеми со коишто денес се соочува јавната администрација во Република Македонија, при што истовремено е укажано на основните излезни решенија за надминување на проблемите и за подобрување на состојбата.

2. Имплементација на одлуките

За имплементација на одлуките надлежна е администрацијата. Архитектите велат дека „сè е во деталите“. Изобличувањето на една мерка низ административните лавиринти, и кога не е намерно, е сосема веројатно од многу причини. (1) Луѓето не можат точно да ги предвидат сите свои посебни барања. (2) Без тестирање на едно земено решение невозможно е да се предвидат сите негови ефекти. Луѓето во исто време имаат повеќе различни цели, кои многу често се конфликтни едни со други. (3) Инсистирањето на брзи промени не може да ја обезбеди потребната контрола. Колку промената е поголема, толку повеќе дадените инструкции „не се ништо повеќе од бланко издаден чек“. (4) Ненадејните промени преку строги наредби најчесто не успеваат поради тоа што функционалната организација, со своите норми, кодекси и социјално однесување, се спротивставува и не ги прифаќа.

Јавната власт и јавната администрација мора да подлежат на одговорност. Своите индивидуални и групни интереси луѓето секогаш ги ставаат над интересите на заедницата. „Мокните интересни групи дејствуваат кон промовирање на приватните цели и не се конкурентни при

промовирањето на јавниот интерес. Владата станува не само институција која носи тешки одлуки за избор во однос на конфликтните вредности, туку и холдинг компанија на интереси. Ова е поттикнато од т.н. „удобни триаголници“, т.е. од заедничките односи на поддршка помеѓу владините агенции, интересните групи и законодавните тела. Ваквите коалиции постојано разменуваат информации, услуги и пари. Овие триаголници се сметаат за многу стабилни, така што во голема мера ги спречуваат претставниците на јавниот интерес, избрани или назначени, да извршат контрола на административната политика“ (Lowi, 1979).

Имплементацијата на јавните мерки, која ги вклучува администраторите, групите со заеднички интерес и другите засегнати учесници, задолжително треба да подлежи на процесот на *ревизија* и *евалуација*. Постои работна и суштинска разлика помеѓу ревизијата и евалуацијата. Ревизијата е контрола на финансиските сметки. Ревизијата треба да утврди дали издвоените парични средства се потрошени за предвидената намена. Евалуацијата е процес на оценка. Продуктивноста и ефективноста се стандардни критериуми за програмите на кои е извршена евалуација. Основна цел на евалуацијата е да го согледа влијанието на програмата врз основниот проблем и дали на ефективен начин, т.е. со потребната компетентност и со посакуваната брзина се постигаат поставените цели. Ефективни можат да бидат само надворешната ревизија и надворешната евалуација.

3. Ограничувањата и одговорноста

Припадниците на јавната администрација во својата работа подлежат на ограничувања. Ограничувањата произлегуваат од уставно-правната рамка според која јавната администрација треба да работи и означуваат дека таа не може слободно, според својата волја и своето наоѓање да ги толкува и да ги применува уставно-законските прописи. Одговорноста мора да се однесува еднакво на сите припадници на администрацијата. Одговорноста не може да се осигури само со внатрешни ограничувачки механизми. Внатрешната моќ и внатрешната контрола, доколку не подлежат на надворешна јавна контрола, на крајот неизбежно предизвикуваат корупција.

Во денешните модерни општества, во кои за извршување на која било дејност се потребни специјализирани знаења, одговорност може да се бара од професионално оспособените администратори кои ги познаваат прописите и полето на својата работа. Административна одговорност не може да се очекува од лицата кои недоволно или воопшто не ја познаваат природата на својата работа. Таквите припадници на администрацијата не се ништо повеќе од „запчаници во тиранскиот механизам кои му служат на

државниот систем без да поставуваат прашања“ (Шафриц и други, 2009, стр. 277).

4. Отсуство на критериуми за селекција

Општо познато е дека во јавната администрација, и покрај тоа што постојат одредби и правила за класификација на работните места и за селекција на вработените повеќе отколку во кој било друг сектор, речиси целосно отсуствуваат критериуми за селекција на кандидатите при пополнувањето на потребните работни места. Наместо критериумите на образованието, стручноста, компетентноста и искуството, преовладувачко значење добиваат другите критериуми на политичката припадност, семејната и другата поврзаност на непосредните интереси, лојалноста и сл. Насекаде е присутна практиката „огласот на работното место да се крои не според квалификуваниот кандидат, туку според посакуваниот кандидат, кој се најмува за одредено време кое подоцна се променува или премостува во постојано“ (Ван, 1991).

Отсуството на критериуми кај јавната администрација најмногу доаѓа до израз при нашироко практикуваниот принцип на покровителство (патронажа), којшто го означува вработувањето во јавниот сектор на лица само затоа што се поддржувачи на политичката партија која е на власт. Не помалку несправеден и штетен е и системот на унапредување на партиските истомисленици и на трансфер на пониските работни места и отпуштање на партиските неистомисленици. Поради неможноста на онеправданите да се избораат за своите права преку судските инстанци, кои се партиски зависни, доаѓа до целосно поткопување на темелите на граѓанскиот демократски поредок и на принципите за слобода, еднаквост и социјална правда.

5. Влијанието на позитивната дискриминација

Концептот на позитивна дискриминација при вработувањето во јавната администрација ги изразува напорите за отстранување на создадените пречки (расни, етнички, полови и др.) и за обезбедување на услови за олеснување на пристапот до работните места за припадниците на општествените групи и на социјалните слоеви на кои таквиот пристап им е отежнат заради различни историски и општествени услови. Позитивната дискриминација беше од посебно значење за општествата во кои постоеше поизразена поделба помеѓу малцинските, расните и другите општествени групи: Се настојуваше целите на позитивната дискриминација да се постигнат со наложување на посебни општествени мерки со кои на припадниците на ваквите општествени групи им беше олеснуван пристапот до работните места во јавниот сектор.

Аргументите во полза на позитивната дискриминација во најголема мера се од политичка природа. Позитивната дискриминација, обезбедувајќи поголемо учество во организациите, установите и во институциите на припадниците на малцинските, половите и на другите општествени групи, придонесува за поголема стабилност на социјалниот систем, меѓу другото и на тој начин што ги приближува припадниците на различните јазични, етнички и културни групи, интегрирајќи ги во единствениот културолошки модел на општеството. Науките за менаџментот не наоѓаат многу убедливи аргументи за позитивната корелативна врска помеѓу различноста во работните групи и нивото на постигнатата продуктивност, иако во определени случаи различноста може да резултира со понуда на „нов збир од перспективи во однос на организациските проблеми“ (Шафриц и други, 2009, стр. 608).

Аргументите против позитивната дискриминација се многу убедливи. Позитивната дискриминација по самата своја природа е неправедна. Припадниците опфатени со програмите за позитивна дискриминација ја губат самодовербата заради фактот што остануваат со чувството дека не се способни да се натпреваруваат врз основа на своите способности, додека кај другите, на кои не се однесуваат ваквите програми, растат незадоволството, огорченоста и отпорот против ваквиот систем како целосно неприфатлив. Концептот значи нарушување на системот на граѓанските права кои се темелат врз индивидуалните слободи и врз напорите на секој поединец за обезбедување на свое место во хиерархијата на општествените односи и на свој социјален статус во системот на социјалните односи, а не врз колективните права на одделните општествени групи.

Во најразвиените општества концептот на позитивната дискриминација од поодамна започна да ја губи поддршката. Во САД во 1973 година дури 73% од белото население се изјасниле против позитивната дискриминација (Шафриц и други, 2009). Како обид да се надмине неповолното влијание на системската дискриминација, позитивната дискриминација самата може да се преобрази во своевиден облик на дискриминација. Мнозинството може да остане незаштитено од заштитеното малцинство. Така еден социјален систем, настојувајќи преку системот на позитивна дискриминација да обезбеди поголема праведност и социјална стабилност, може многу лесно самиот да си направи повеќе штета отколку полза и да предизвика ново нарушување на рамнотежата помеѓу различните општествени групи.

6. Подмитувањето и корупцијата

Проблемите со подмитувањето и со корупцијата во јавната администрација се присутни насекаде. проблемот е посебно изразен во

земјите кои поминаа низ процесот на транзиција, во кои спаѓа и Република Македонија. Во повеќето од овие земји процесот на приватизација на општествениот (државниот) капитал, при којшто сопственоста беше приватизирана без учество со сопствени средства на новите сопственици, може да се смета за определен вид на „озаконета корупција“. Проблемот е што подмитувањето и корупцијата се присутни во загрижувачки размери и сега, по две децении од почетоките на транзицијата и кога, закрепнувајќи институционално, овие земји би требало да бидат оспособени успешно да се справат со проблемот. Инсистирањето на одговорност, барањата за достоинствено однесување и повикувањето на етичност не можат да ги исполнат саканите очекувања. Проблемот е многу посложен и бара поинаков пристап и нови системски решенија.

7. Процесот на приватизација и новиот јавен менаџмент

Приватизацијата е процес на сопственичко отстапување на имотот или на функциите на приватниот сектор, кои пред тоа биле во сопственост на државата (владата) или таа ги реализирала. Се смета дека приватизираните функции ќе бидат реализирани поефикасно и со помалку трошоци. Не се осамени ниту мислењата дека, со обезбедување на потребните услови до јавните добра и услуги, граѓаните како консументи ќе дојдат преку конкурентните пазари и со ползување на различни опции, со што истовремено ќе биде запрен и процесот на ширење и јакнење на владата и на државата (Savas, 1982). Приватизацијата на услугите е прифатлива и заради можноста да се искористат бенефициите, како што се намалените трошоци и подобрените услуги, краткорочните пристапи до скапите специјализирани услуги, избегнување на трошоците за започнување со услугите, поголема флексибилност на услужната стратегија, зголемување на респонзивноста во однос на барањата на консументите, подобрена контрола и сл. Владата треба да се ограничи на услугите кои приватниот сектор не може да ги обезбеди.

Поради слабата работна ефективност на јавниот сектор, во Велика Британија во осумдесеттите години на минатиот век беше преземена обемна реформа за приватизација на повеќе значајни производствени и услужни сектори (нафтената и автомобилската индустрија, производството на нафта и гас и др.). За една деценија (1980-1990) повеќе од осумстотини илјади вработени од јавниот сектор преминаа во приватниот сектор (Politt, 1996). Основна суштина на концептот на приватизација беше тестирање на пазарот: јавните агенции да ги купуваат добрата и услугите од приватниот сектор, доколку можеше да се заштеди (Osborne and Gaebler, 1992).

Решението на проблемот на јавната администрација денес многумина го гледаат во приложување на концептот на *новиот јавен менаџмент*. Потребата од воведување на новиот јавен менаџмент во

јавната администрација најенергичните застапници на овој концепт ја гледаат во фактот што класичниот модел на функционирање на јавната администрација „и теоретски и практично целосно е дискредитиран“ (Marini, 1971). Новиот јавен менаџмент е менаџмент на ефективност. Ефективноста може да се постигне само со натпревар помеѓу претпријатијата (јавни и приватни).

Во јавниот сектор започнаа да се воведуваат многу од практиките на работење и од искуствата на управување кои се карактеристични за приватниот сектор. Перформансите на јавниот сектор се сведоа на еквивалентот на „Три-Е“: економичност, ефикасност, ефективност. Навлегувањето на приватен капитал во секторот на јавните претпријатија (производствени и услужни) ќе придонесе за нивно раздвижување и за прифаќање и прилагодување кон логиката на пазарните услови на работење. Иако јавниот сектор може да го поседува преовладувачкиот пакет на акции, приватната иницијатива, која ќе преовлада во сплетот на интересите и во настојувањето за остварување на добивка, во деловните односи на пазарните услови ќе ја повлече целината на таквото претпријатие и на неговата администрација (Христов, 2010).

8. Иднината на јавната администрација

Во условите на неверојатно брзи промени, какви што се денешните услови на развојот и животот, невозможно е да се предвиди иднината, а истовремено со тоа и иднината на јавната администрација. Сепак, едно е сигурно, а тоа е дека администрацијата и натаму уште долго време ќе постои. Извесно е дека ќе настанат промени. Неизвесно е во која насока ќе настанат промените. Истражувачите се склони идното општество да го нарекуваат „постбирокаратско“. Многу веројатно е дека, по примерот на сите видови системи кои постојано се менуваат, на промени ќе подлежат и административните системи. Постои мислење, кое не е осамено, дека постојните административни системи ќе се трансформираат во „привремени и адаптивни системи и во работни групи со различно професионално искуство и со вештини за проблемите кои ќе треба да се решаваат“ (Bennis, 1969).

Во својата позната студија *Future Shock* (*Иднината шокира*), која стана светски бестселер, Алвин Тофлер сметаше дека јавната администрација во иднина ќе ја изгуби својата традиционална хиерархиска бирократска структура и ќе се преобрази во „ад хократија“, т.е. во „енергична организација која ќе се движи брзо и ќе биде исполнета со информации за иднината, со привремени ќелии и со особено подвижни индивидуи“ (Toffler, 1970). Доколку сегашните хиерархиски бирократски форми на организација, кои располагаат со власт, моќ и влијание, можат да бидат заменети со привремени демократски мрежи без власт и моќ, тогаш

сигурно може да се смета само со фактот дека овие тенденции сè уште не се видливи.

Материјална основа на постмодерната јавна администрација се технолошките промени. Информатичката технологија и новите форми на комуникација го изменија досегашното сфаќање за времето и за просторот. Информациите бргу и наеднаш стасуваат до сите членови на административната структура - учесници во процесот, со што отпаѓа можноста за обезбедување на монопол врз информациите од страна на определени административни структури, кои на тој начин засекогаш ќе ја изгубат својата бирократска моќ. Промените ќе бидат сеопфатни: од природата на самата работа и структурата на односите - до светот на чувствата и очекувањата.

9. Посебните проблеми на Република Македонија

Не постои недостиг на правно-нормативна регулатива за уредување на условите и односите за функционирање на јавната администрација во Република Македонија. Законот за државните службеници и Законот за јавните службеници ги уредуваат правата и одговорностите на вработените во јавната администрација во врска со нивното вработување врз основа на начелото на еднакви услови и на еднаков пристап на сите заинтересирани кандидати до работните места, дисциплинската и материјалната одговорност, системот на валоризирање на резултатите од трудот и на определување на платите и надоместоците, престанокот на вработувањето и сл. (Закон за државните службеници, „Службен весник на Република Македонија“, бр.81/2005, чл. 1, чл. 12-15. чл. 23-112; Закон за јавните службеници, „Службен весник на Република Македонија“, бр. 52/2010, чл. 1, чл. 5-37, чл. 38-70).

Меѓутоа, како земја која помина низ мачниот процес на транзиција, Република Македонија се соочува со огромен расчекор помеѓу правно-нормативната регулатива и објективните услови кои го определуваат начинот на којшто функционира јавната администрација. Расположливиот простор на овој труд не може да допушти многубројните и различни проблеми нашироко да бидат елаборирани, поради што е направен напор да се укаже само на најтипичните и на најзначајните проблеми и тешкотии:

1. Општествено е целосно неприфатлива тезата дека активностите што ги извршува јавната администрација може да ги извршува секој просечен граѓанин, без каква било претходна стручна подготовка. Практикувањето на ваквата теза е со долгорочни и несогледливи штетни последици.

2. Од една нестручна и ниско наградена јавна администрација, која е лесно подложна на корупција, не може да се очекува да биде способна да решава општествени проблеми, т.е. целосно да учествува во

процесите на планирање, донесување и спроведување на решенијата. Таквата јавна администрација може да биде само покорен, послушен и лојален извршител на наредбите на највисоката извршна власт.

3. При таквите услови, кога на една страна останува малцинството од стручни и професионално ориентирани припадници на јавната администрација кои се одликуваат со висока ефективност во својата работа, а на другата страна е нестручното мнозинство кое во редовите на јавната администрација навлегло според критериуми кои се неспојливи со логиката на пазарната економија, не можат да бидат воспоставени ниту соодветни критериуми за валоризирање на работниот учинок и за праведно наградување на припадниците на јавната администрација.

4. Општеството трпи еднакво големи штети и од системот на ротација на вработените во јавната администрација, независно дали ова се прави со намера носителите на јавните функции да се дистанцираат од политичката партија на која припаѓаат или, пак, победничката партија го пополнува административниот апарат со свои приврзаници, без да води сметка за неопходните услови и критериуми кои лицата треба да ги исполнуваат за поставување на определените работни места.

5. Големите промени во административниот апарат, кои редовно настануваат по секои избори, кога биваат заменуваани не само дотогашните раководни лица со нови лица од редовите на членството на победничката партија, туку биваат заменуваани и многумина од вработените од пониските работни места, секогаш настануваат со изговор дека без ваквите промени извршната власт не ќе биде во состојба да ја спроведе својата програма. Вистината е дека при изборите политичките партии „се задолжуваат“ кај своето членство, од кое трпат притисок и кое, со исполнување на ветувањата, го задолжуваат за идните избори.

6. И покрај сите досегашни напори за зголемување на ефикасноста во работата на јавната администрација, довербата кон јавната администрација сериозно е опадната. Партизираната јавна администрација не може да биде ниту стручна, ниту ефикасна. Ова еднакво се однесува, како на носителите на највисоките извршни функции, така и на припадниците на јавната администрација од сите нивоа на хиерархиската пирамида: првите.

7. На новите предизвици, потреби и барања може да одговори само една стручна и ефикасна јавна администрација со капацитет за стратешко мислење. Сегашната јавна администрација во Република Македонија, во својот најголем дел нестручна и без потребното чувство за професионален однос кон својата работа, не е во состојба да одговори на ваквите барања.

8. Политичка и материјална граѓанска одговорност за највисоките претставници на извршната власт не постои, од причина што, при однапред обезбедено парламентарно мнозинство во законодавниот дом (парламентот) од страна на владејачката коалиција и во услови на целосна

зависност на судскиот систем од извршната власт, опозицијата е наполно немоќна да се избори за земање на одговорност на кој било претставник од извршната власт.

9. Групите за притисок, меѓу нив и невладините организации, како и институтот на интерпелација, како своевидни облици на контрола на јавната власт, исто така се целосно беспомошни. При недостиг на финансиски средства, групите за притисок лесно потпаѓаат под влијание на извршната власт и се претвораат во нејзини поддржувачи, додека интерпелацијата, која значи смена на лицето на кое ќе му биде изгласана недоверба, однапред е осудена на неуспех поради малцинството на гласови од страна на опозицијата.

Заклучок

Проблемите со јавната администрација се многу сериозни во сите земји во светот. Постојат евидентни напори за подобрување на состојбата. Во економски и општествено најразвиените земји се прават обиди за зголемување на ефикасноста во работата на јавната администрација со зафати бирократскиот модел на управување да се трансформација во модел проникнат со пазарно-конкурентски елементи на натпревар и напрегање за лична афирмација и општествена промоција на секој поединец. За постигнување на оваа цел, многу се полага во системот на целосна или на делумна приватизација на одделни јавни административни сектори, кој логички е проследен со имплементација на системот на *плата по учинок* (performance related pay) и од којшто се очекува мотивирачки да влијае врз трудовото и општественото однесување на поединците и на групите. Многу големи надежи - не без причина - се полагаат и во имплементацијата на системот на електронска администрација, од која се очекува да го олесни пристапот до јавните услуги за граѓаните, да го елиминира монополот на концентрирана моќ во јавната администрација, да го обезбеди, забрза и олесни протокот на интерактивна размена на информации, да ја зголеми транспарентноста на административните постапки и процеси и да го подобри квалитетот и ефикасноста на јавната администрација.

Процесот на трансформација на јавната администрација, којшто насекаде е исклучително бавен и мачен, за условите на Република Македонија е уште потешок и заради отсуството на традиција и искуство во воспоставувањето и изградбата на елементите на државноста и на потребата општествените институции и целокупниот административен апарат, наследени од поранешниот општествен систем, да се трансформираат и да се прилагодат кон новите услови и потреби на пазарната економија. Загрижува фактот што кај извршната власт во Република

Македонија отсутува волјата за реализацијата на ваквите зафати за реорганизација и за трансформација на јавната администрација.

Искусството на развиените не се ползува, ниту за подигање на нивото на ефикасност на јавната администрација, ниту за подобрување на перформансите на претпријатијата од јавниот сектор. Не постојат ниту почетни обиди барем за делумна приватизација на некои од претпријатијата од јавниот сектор, иако нивните деловни резултати не задоволуваат. Искусството од развиените земји целосно не се ползува ниту во случајот на очигледната и неодољна потреба од техничко опремување на службите од јавниот сектор, што влијае за продолжување на процесот на неефикасност во работата на овие сектори и врз целината на јавната администрација. „Позитивната дискриминација“, озаконета со интервенција и посредништво на меѓународната заедница, од поодамна целосно ја изгуби првобитната смисла и суштински се преобрази во својата спротивност како сериозна пречка во изградбата на македонското граѓанско и демократско општество и во значаен фактор заради којшто ќе останат залудни сите напори за трансформација на јавната администрација во Република Македонија во современа, модерна, компетентна и ефикасна јавна администрација.

Литература:

- Ban, Carolyn and Riccucci (1991), *Public Personnel Management*, New York: Longman.
- Bennis, G. Woren (1966), *Changing Organization*, New York: McGraw-Hill.
- Etzioni, Amitai (1967), „Mixed Scanning: A Third Approach to Decision Making“, *Public Administration Review* (December).
- Lowi, J. Theodore (1979), *The End of Liberalism*, 2nd ed. New York. Norton.
- Marini, Frank E. (1971), *Toward a New Public Administration*, San Francisco: Chandler.
- Osborne, David and Gaebler, Ted (1992), *Reinventing Government*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Politt, Christopher (1996), „Antistatist Reforms and New Administrative Direction: Public Administration in the United Kingdom“, *Public Administration Review*, 56 (January - February).
- Public Sector Modernization: Governing for Performance. OECD, 2004.
- Rosenbloom, David H. (1990), *Public Administration*, 2nd ed. New York: Random House.
- Savas, E. S. (1982): *Privatizing the Public Sector: How to Shrink Government*, Chatam, NJ: Chatam House.
- Shafritz M. Jay, Russel, W. E and Borick P. Christopher (2009): *Introducing Public Administration*, Pearson Logman, 6th Edition.
- Simon, A. Herbert (1997): *Administrative Behaviour: A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organizations*, 4th ed. New York: Macmillan.
- Toffler, Alvin (1970): *Future Shock*, New York: Random House.
- Христов, Ристо (2010): „За новиот јавен менаџмент“, Годишник на Економскиот факултет, том 45, Скопје.

- Шафриц, М. Џејн, Расел, Е. В., Борик, П. Кристофер (2009), Вовед во јавната администрација, Академски печат, Скопје.
- Закон за државните службеници, „Службен весник на Република Македонија“, бр.81/2005.
- Закон за јавните службеници, „Службен весник на Република Македонија“, бр. 52/2010.

PROBLEM WITH THE PUBLIC ADMINISTRATION

Risto Hristov, Ph.D.

Summary

The problem with public administration is present in all countries and all over the world. The fact that the public administration is too large, not competent, not efficient, acting conformist and creating its own system of interest and values is constantly point out. But despite all of these suggestions and constant efforts for fundamental reforms for constructing rational, effective and efficient public administration, still less is done. Especially the problem with the public administration is actual in the transition countries such as Republic of Macedonia. This article emphasis most current and sensitive issues regarding the efforts of reforming the public administration with special attention to the most acute problems related to the public administration in Republic of Macedonia.

Key words: public administration, public control, public responsibility, positive discrimination, new public management.

**КЛУЧНИ ФИНАНСИСКИ
ПАРАМЕТРИ И
ДЕТЕРМИНАНТИ НА
ИНВЕСТИЦИСКАТА
АКТИВНОСТ НА
МАКЕДОНСКИТЕ КОМПАНИИ
ВО ПЕРИОД НА ГЛОБАЛНА
ЕКОНОМСКА КРИЗА**

УДК:
330.322:658(497.7),,2005/2012“

Д-р Сашо Арсов

Апстракт

Во последниве неколку години, бруто-инвестициските стапки во Р. Македонија достигнаа ниво од околу 27%, а стапките на економски растеж претежно останаа позитивни и покрај влијанието на глобалната економска криза. Тоа, сепак, најмногу се должи на големата буџетска потрошувачка, што резултираше и со висок буџетски дефицит и пораст на нивото на јавен долг. Гледајќи го стриктно бизнис секторот, може да се заклучи дека, иако компаниите во целина бележат позитивни финансиски резултати, таквите остварувања не се рамномерно распоредени и придонесот на одделни компании кон опитата перцепција е толкав што нивното исклучување од анализата дава дијаметрално спротивна слика. Податоците покажуваат дека економијата ја губи кондицијата, што се гледа од намалената профитабилност, зголемената задолженост, порастот на нефункционалните пласмани на банките и опаѓањето на инвестициската активност.

Применетата регресиона анализа на панел од податоци на 48 македонски компании, со методот на обични најмали квадрати, покажува дека нивната инвестициска активност најмногу зависи од остварените добивки во претходните години. Компаниите не реагираат многу на порастот на продажбите, а неочекувано негативно влијание има кредитоспособноста на компанијата.

Клучни зборови: *инвестиции, нето-добивка, профитабилност, задолженост.*

Вовед

Во период од околу две децении, по осамостојувањето на земјата и напуштањето на социјалистичкиот економски систем, Република Македонија не успева да фати приклучок во поглед на нивото на економски развој не само со земјите од Западна Европа, туку и со земјите кои потекнаа од истиот систем и минуваат низ сличен пат. Стапките на раст на БДП од 2-3% не се доволни за да се оствари позначаен економски исчекор. Клучен фактор на економскиот развој претставуваат инвестициите. За побрз економски развој, неопходно е остварување на ниво на инвестиции во висина од најмалку 27%, додека во нашата земја бруто-инвестиционите стапки во фиксни фондови постојано се движат на нивото од околу 20%. Кон ваквата стагнантна инвестициска политика дополнително придонесе и финансиската криза која започна во 2007 година, при што дојде до намалување на очекуваната ефикасност на инвестициските проекти, со истовремено зголемување на аверзијата кон ризикот кај банките.

Во овој труд ќе направиме анализа на тековната финансиска состојба на македонските компании, преку примерот на големите, т.н. јавно поседувани друштва. Користејќи податоци од нивните финансиски извештаи, ќе се обидеме да ги согледаме движењата на нивната профитабилност во последниве неколку години, обемот на нивното инвестирање во фиксен капитал, степенот на задолженоста, динамиката на задолжувањето и сл. Во вториот дел од трудот ќе биде направена регресиона анализа во која ќе се обидеме да откриеме некои од детерминантите на инвестирањето кај овие компании во годините на криза, но, пред сè, низ призмата на расположливоста на средствата за инвестирање.

1. Осврт кон литературата

За значењето на инвестициите за развојот на една компанија и за подемот на целата економија е пишувано многу. Тука нема да ја цитираме обемената учебничка литература за економскиот развој, туку само ќе се осврнеме на оние трудови кои се од понов датум и кои претставуваат подлога за нашето истражување, пред сè, од вториот дел на трудот.

Јоргенсон (1963) се смета за автор на неокласичната теорија на оптимална акумулација на капиталот. Тој ја формулира функцијата според која компанијата ја максимизира својата нето-добивка при дадени ограничувања во поглед на нивото на цените, платите и на даночните стапки. Во такви услови, компанијата настојува да ја максимизира добивката, користејќи само две варијабли кои ѝ стојат на располагање – трудот и капиталот. Ова подоцна е надоградено со теоријата за

акцелераторот, според која инвестициите не само што го детерминираат аутпутот, туку и зависат од него.

Друга варијанта на теоријата за оптимализација е понудена од Тобин (1969), кој го воведува познатиот q -коэффициент. Според Тобин, фирмата има мотив да инвестира доколку q е поголемо од 1, односно доколку пазарната вредност на компанијата ја надминува сметководствената вредност на нејзините средства.

Една од слабостите на теоријата на акцелераторот е дека таа не ги зема предвид финансиските ограничувања кои ја спречуваат компанијата да го реализира посакуваното ниво на инвестиции. Тие се особено присутни во услови на неефикасен пазар на капитал. Доколку пазарот на капитал функционира совршено, компаниите при донесувањето на своите инвестициски одлуки би се воделе исклучиво од очекуваната идна профитабилност на проектите. Сепак, во реалноста, постојат бројни несовршености и ограничувања на полето на финансирањето на компаниите. Пазарите на капитал се слабо развиени или не функционираат добро (случај во повеќето земји од нашиот регион), банките не се доволно претприемнички расположени, сопственичката структура на компаниите влијае врз одлуките за кредитирање и инвестирање и сл. Оттука, гледаме дека постои сериозна поврзаност помеѓу одлуките за инвестирање и финансирање, што е и предмет на нашето истражување. Така, Маерс (1984) кој зборува за теоријата за оптимална структура на капиталот, во својата “теорија за редослед на финансирањето”¹ смета дека структурата на капиталот е детерминирана од потребите на фирмата за инвестирање и расположливите сопствени средства. Хабард (1998) го нагласува значењето на несовршеноста на финансиските пазари за формирањето на корпоративните инвестиции.

Она што го поттикна ова истражување се трудовите во кои се прави испитување на факторите кои имаат влијание врз нивото на инвестициите во фиксни фондови во реалноста на компаниите кои делуваат во услови на несовршени финансиски пазари. Батачарја (2008) во својот регресионен модел ги вклучува интерната ликвидност на компанијата, нејзината профитабилност и кредитоспособноста. Чава и Робертс (2007) го анализираат влијанието на ограничувачките клаузули на кредитите врз инвестирањето, додека Фазари и Петерсен (1993) го испитуваат значењето на обртниот капитал како извор, но и како облик во кој се јавуваат на инвестициите во компанијата. Бонд и др. (1997) го истражувале влијанието на расположливоста на готови пари врз нивото на инвестиции и утврдиле дека овој фактор има многу поголемо влијание во Велика Британија отколку во Белгија, Франција и Германија. Таквиот заклучок тие го припишуваат на пазарно ориентирианиот финансиски систем на Велика Британија, во кој недостатокот од готовина потешко се надоместува

¹ Pecking order theory.

отколку во банкарско-центричните системи на останатите земји од примерокот.

2. Финансиската ситуација и инвестициите во македонската економија во услови на криза

Во овој дел ќе се обидеме да дадеме претстава за состојбата на македонската економија по пет години од почетокот на глобалната финансиска криза, за која не може да се каже дека е одмината и чиишто последици сè уште се присутни во нашето стопанство.

Бруто-инвестициската активност во Република Македонија во последниве неколку години се засили, што може да се заклучи ако се набљудуваат единствено глобалните статистички податоци. Така, бруто-инвестиционата стапка во 2012 година изнесуваше 28,6%, но треба да се има предвид дека мошне голем дел од оваа маса на инвестиции отпаѓа на јавните инвестиции, кои, пак, во голема мера беа од непродуктивен карактер. Исто така, околу 25% од големината на инвестициите во 2011 и 2012 година отпаѓаат на порастот на залихите, а земајќи го предвид и високото учество на градежните работи, станува јасно дека вкупните додавања на фиксните фондови не се доволни за да се оствари интензивирање на економскиот раст и развој.

Од аспект на изворите на финансирање, каматните стапки на банкарските кредити доживеаја благ пораст и по кулминацијата од 10,8% за денарските, односно 8,3% за девизните кредити во текот на 2009 година, дојде до нивно намалување за околу 2 до 3 процентни поени, но тоа не доведе до зголемување на кредитната активност. Напротив, таа континуирано опаѓа и порастот на вкупните корпоративни кредити во 2012 година изнесуваше само 4,6%, наспроти проектираните околу 10% од страна на НБРМ. Тоа и не е изненадување, ако се има предвид порастот на стапката на нефункционални кредити која во 2012 година достигна 12,9%. Она што малку изненадува е податокот дека кај дури 54% од банките е забележана непроменета побарувачка на кредити од страна на корпоративниот сектор, а само мал дел од нив пријавиле пораст на побарувачката на кредити во Анкетата за кредитната активност на банките (НБРМ).

За слабеењето на готовинската позиција на компаниите потврда претставува и фактот дека се продлабочува нето-задолженоста на компаниите кај банките, односно во 2012 година дошло до намалување на вкупните депозити на корпоративниот сектор кај банките и тоа за 2,8% со истовремено зголемување на нивната задолженост, што доведе до тоа нето-задолженоста на корпоративниот сектор кај банките во 2012 година да порасне на 15,3% од БДП, наспроти 13,8% во 2011 година.

Во следнава табела се сумирани некои од позначајните показатели на финансиската и на инвестициската позиција на македонските компании во последниве неколку години.

Табела 1: Избрани макроекономски податоци за македонската економија

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Бруто- инвестициона стапка (%)	21,3	21,5	24,6	26,8	26,2	24,9	26,2	28,6
Индустија, реална стапка на раст (%)	4,6	2,6	12,6	2,4	-10,7	3,4	-0,5	-8,3
Индикативни категории за инвестициите (реални годишни стапки на раст):								
-Увоз на средства за работа				19,4	-3,3	-12,7	2,2	-5,1
- Извршени градежни работи				16,3	14,9	12,9	29,4	6,1
- Државни капитални инвестиции				36,7	-32,3	12,4	11,1	2,4
Каматни стапки на нови кредити (крај на годината)				9,1	10,1	8,6	8,2	7,7

Извори: Министерство за финансии на РМ (за првите две категории) и Народна банка на Република Македонија (за останатите категории).

3. Клучни финансиски параметри на македонските компании

Во остатокот од трудот ќе извршиме микроекономска и економетриска анализа на примерок од 48 акционерски друштва, која има две цели: 1) да ги согледаме промените во финансиската состојба и нивото на инвестициите кај анализираните компании и 2) да ги утврдиме детерминантите кои имаат најзначајно влијание врз обемот на инвестиции што ги прават македонските компании во овие специфични услови.

За потребите на истражувањето прибирани се податоци од финансиските извештаи на 48 компании за периодот од 2007 до 2011 година.² Станува збор за сите нефинансиски котирани друштва на Македонската берза во сегментите суперкотација и обична котација, со исклучок на неколку компании што се на прагот на ликвидација. Покрај нив, во примерокот се опфатени и одреден број некотирани, јавно поседувани друштва, за кои можеа да се обезбедат податоци за целиот набљудуван период. Во целина, станува збор за мошне репрезентативен примерок во кој влегуваат сите поголеми македонски акционерски друштва. Податоците се прибирани рачно, од објавените финансиски извештаи на овие компании на интернет страниците на Македонската берза и на Комисијата за хартии од вредност.

² Некои од податоците се однесуваат само на периодот 2008-2011 година.

Од анализираните 48 компании, дури 22 имале континуирана позитивна оперативна добивка во сите години од анализираниот период, додека други 11 имале позитивна добивка во 4 од петте години. Само две компани имале континуирана негативна оперативна добивка во целиот период на анализата. Гледано низ релативните показатели, 21 компанија имале повисока стапка на принос на сопствени средства и принос на сопствениот капитал во 2011 во однос на 2007 година. Пондерираната просечна стапка на принос на вкупните средства за целиот период изнесува 7,9%, што се чини дека е прилично задоволително ниво, меѓутоа, доколку од анализата се из земе АД Македонски Телекомункации, оваа стапка паѓа на 3,88%. Вкупната остварена нето-добивка кај сите компании континуирано се намалува и во 2011 година, таа е за 23% пониска од онаа во 2007 година. Профитабилноста опаѓа и доколку гледаме релативно, така што стапката на принос на сопствениот капитал се намалува од 9,4% во 2007 година, на 7% во 2011 година.

Податоците за инвестициите во постојани средства се земени од извештаите за готовински текови. Според нив, опфатените 48 компании во периодот од 4 години од 2008 до 2011 година вкупно инвестирале значаен износ од 412 милиони евра. Од тоа, најголем дел му припаѓа на АД Македонски Телекомуникации, кое инвестирало повеќе од 200 милиони евра, потоа Алкалоид со инвестиции од околу 26 милиони евра, Окта и Гранит, исто така со инвестиции повисоки од 20 милиони евра, итн. Дел од компаниите бележат нето-негативни инвестиции во фиксни фондови, каков што е случајот со Жито Лукс, Ветекс-Велес, Млаз-Богданци и Макотекс-Скопје.

Сепак, вкупниот износ на инвестициите се намалува од година во година. Најмногу било вкупно инвестирано на почетокот, во 2008 година, 132,5 милиони евра, а потоа овој износ континуирано опаѓа до нивото од 81,5 милиони евра во 2011 година.

Во исто време, задолженоста на компаниите се зголемува. Релативно гледано, вкупната задолженост (вкупен долг/вкупна пасива) пораснала од 30% во 2007 година на 35% во 2011 година. Притоа, порастот на долгорочната задолженост не е висок, од 4 на 5%, но се зголемува учеството на обврските кон добавувачите во вкупните извори, од 14 на 18%. Тоа ни говори дека постепено се исцрпува ликвидноста на компаниите, што ги прави непосакувани новите задолжувања за инвестиции и ја намалува општата инвестициска активност.

4. Детерминанти на инвестициската активност – регресиона анализа

Тргувајќи од горните сознанија, направивме обид да утврдиме кои од интерните фактори на компанијата влијаат врз нивото на инвестициите. Имено, сосема е јасно дека клучен фактор кој ја детерминира одлуката да

се преземе одреден инвестициски зафат претставува исплатливоста на проектот. Од друга страна, реализацијата на проектите коишто се оценети како профитабилни, но и самата идентификација на поволните можности за инвестирање, зависи и од односот на менаџментот на компанијата, неговата претприемчивост и заинтересираност за иднината на компанијата, потоа од расположливите средства за финансирање на инвестициите, општите економски перспективи на земјата итн. Сметајќи дека дел од овие фактори се присутни кај нашите компании и дека тие имале влијание врз обемот на нивните инвестиции во анализираниот период, се обидовме преку една регресиона анализа да утврдиме дали е навистина така и да ги откриеме најзначајните детерминанти на нивната инвестициска активност.

Во литературата се присутни неколку слични обиди и од постоечките модели се обидовме да ги пронајдеме најрелевантните варијабли за регресиониот модел. Батачарја (2008) разгледува повеќе модели, во кои како варијабли ги вклучува кредитоспособноста на компанијата, расположливите сопствени извори, стапката на акумулирана добивка и профитабилноста на компанијата. Хосаман и Ниранџан (2010) ги вклучуваат приходите од продажба, оперативната добивка, акционерскиот капитал, задолженоста и цената на капиталот. Најширок опфат на употребените регресори е применет кај Деви и др. (2013). Тие како детерминанти на инвестициите во индустријата за шеќер во Индија ги испитуваат промените во нивото на продажбата, расположливите бруто-интерни средства, нето-ликвидносна позиција на компанијата, нивото на задолженост, исплатените дивиденди, акционерскиот капитал и каматните стапки.

Тргувајќи од овие и слични примери, ние се одлучивме за следниве променливи:

- Зависна променлива: нивото на инвестиции во постојани средства;
- Независни променливи:
 - Расположливите сопствени извори на компанијата, претставени преку реинвестираната добивка и нето-добивката;
 - Задолженоста на компанијата, набљудувана како вкупна задолженост или долгорочна задолженост;
 - Порастот на приходите од продажба и
 - Кредитоспособноста на компанијата.

Во продолжение ќе дадеме кусо објаснување за оправданоста на вклучувањето на секоја од овие варијабли.

Инвестициите во постојани средства претставуваат зависна променлива чиешто движење во зависност од останатите променливи сакаме да го испитаме. Инвестициите ги добиваме на два начина – како износ на готовински одливи за вложувања во постојани средства или како

разлика помеѓу нивото на постојаните средства во две последователни години. Првиот начин е „почист“, бидејќи износот добиен на вториот начин го содржи и ефектот на годишното намалување на вредноста на средствата поради пресметаната амортизација. Оваа големина ќе ја означуваме со ознаките I, за износот добиен од извештајот за готовинските текови и Iff за износот добиен на вториот начин. Исто така, инвестираните средства можат да се земат како апсолутен износ, или релативно, во однос на постојниот обем на постојани средства.

Расположливоста на сопствените средства како извор на инвестициите може да се добие на повеќе начини. Ние избравме тоа да биде преку износот на реинвестираната добивка (REINV), бидејќи од нејзината големина можеме да согледаме колкав дел од добивката компанијата решила да задржи, наместо да го распредели на акционерите, а како втора можност ја земаме нето-добивката во целиот нејзин износ (ND), можеби повеќе како мерило на профитабилноста на компанијата, како своевиден извор на нејзина сигурност да влезе во нови ризични потфати.

Високиот степен на задолженост ја зголемува аверзијата на компанијата да користи дополнителни кредити за да ги финансира новите инвестиции, но уште повеќе, таа е причина банките да не ѝ одобруваат нови кредити, со што се отежнува реализацијата на новите проекти. Задолженоста ја гледаме апсолутно и релативно и тоа како вкупна задолженост (DEBT) и како долгорочна задолженост (LTD).

Порастот на приходите од продажбата е единствен од набљудуваните фактори кој има стимулирачко, а не ограничувачко влијание врз инвестициите. Порастот на продажбите го земаме како апсолутна разлика на приходите помеѓу две години (dS) или како релативен пораст на приходите во дадената во однос на претходната година (dSr).

Кредитоспособноста (финансиската сила) на компанијата ја набљудуваме како коефициент кој покажува колкав дел од капиталот на компанијата е финансиран од сопствени извори (FINSTR). Таа е однос помеѓу сопствениот (акционерски) капитал и вкупната пасива. Очигледно е дека оваа променлива е само реципрочна вредност на вкупната задолженост, така што истовремената употреба на обете големини е неправилна.

Очекуваните знаци во регресијата за овие варијабли се следниве:

- REINV и ND – позитивни (поголемата нето-добивка и поголемата реинвестирана добивка ѝ обезбедуваат на компанијата повеќе средства од интерни извори за инвестирање).
- DEBT_t и LTD_t – негативни (поголемата задолженост е пречка за инвестирање и за ново задолжување).
- dS – позитивен (порастот на продажбите е мотив за поголемо инвестирање).
- FINSTR – позитивен (аналогно на објаснувањето за DEBT).

Со овие варијабли, одлучивме да анализираме два основни модели со нивни подваријанти:

$$1. I_{it} = a_0 + a_1 \text{FINSTR}_{it-1} + a_2 \text{ND}_{it-1} + a_3 \text{LTD}_{it-1} + a_4 \text{dS}_{it}$$

$$2. I_{it} = a_0 + a_1 \text{REINV}_{it-1} + a_2 \text{dSr}_{it} + a_3 \text{DEBTr}_{t-1}$$

5. Резултати од анализата

Пресметката е извршена со примена на методот на анализа на панел од податоци со фиксни ефекти, со методот на Обични најмали квадрати (ОНК). За првиот модел, на располагање имаме податоци од 48 компании, за период од 4 години, со вкупно 192 опсервации. Добиените резултати се следниве:

Dependent Variable: INV
 Method: Pooled Least Squares
 Sample: 2008 2011
 Included observations: 4
 Cross-sections included: 48
 Total pool (balanced) observations: 192

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	151152.1	51821.38	2.916790	0.0041
DS	-0.033340	0.008655	-3.851942	0.0002
ND	0.447658	0.016274	27.50794	0.0000
LTD	-1005.538	1698.315	-0.592080	0.5548
FINSTR	-1601.013	713.4103	-2.244168	0.0264
Effects Specification				
R-squared	0.896069	Mean dependent var		132410.0
Adjusted R-squared	0.855103	S.D. dependent var		465165.2
S.E. of regression	177066.8	Akaike info criterion		27.24184
Sum squared resid	4.30E+12	Schwarz criterion		28.17498
Log likelihood	-2560.217	Hannan-Quinn criter.		27.61977
F-statistic	21.87363	Durbin-Watson stat		2.502198
Prob(F-statistic)	0.000000			

Од оваа регресија гледаме дека на ниво на значајност од 1%, значајни варијабли се порастот на продажбите и нето-добивката, а на ниво од 5%, значајна е и финансиската моќ на компанијата. Нето-добивката позитивно влијае врз инвестициите, што е и очекувано, додека порастот на продажбите и финансиската моќ имаат негативно влијание. Објаснението за финансиската моќ може да биде тоа дека компаниите што имаат

повисоко учество на акционерскиот капитал во вкупните извори (помала задолженост) се веќе во фаза на зрелост, поради што и немаат поголеми мотиви за инвестирање. За негативното влијание на промената на продажбата не можеме да дадеме рационално толкување. Долгорочната задолженост го има очекуваниот знак, но не е значајна варијабла.

Резултатите од регресијата на вториот модел се следниве:

Dependent Variable: INV
 Method: Pooled Least Squares
 Sample: 2009 2011
 Included observations: 3
 Cross-sections included: 48
 Total pool (balanced) observations: 144

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	183420.1	76571.69	2.395403	0.0187
REINV	-0.428530	0.106658	-4.017796	0.0001
DSR	982.0775	1179.111	0.832897	0.4071
DEBTR	-1939.812	1802.072	-1.076434	0.2846
R-squared	0.456787	Mean dependent var		119867.9
Adjusted R-squared	0.146380	S.D. dependent var		416126.0
S.E. of regression	384465.2	Akaike info criterion		28.83425
Sum squared resid	1.35E+13	Schwarz criterion		29.92731
Log likelihood	-2023.066	Hannan-Quinn criter.		29.27841
F-statistic	1.471575	Durbin-Watson stat		2.503926
Prob(F-statistic)	0.053551			

Во вториот модел, работиме со период од 3 години (2009-2011), поради расположливоста на податоците, така што вкупниот број на опсервации тука е 144. Единствен статистички значаен коефициент според овој модел е реинвестираната добивка, која неочекувано има негативен предзнак. Останатите варијабли – релативниот пораст на продажбите и стапката на вкупна задолженост не се значајни на нивоата од 1, 5 и 10%. Со оглед на тоа што коефициентите на детерминираност се далеку пониски, а критериумите Акаике и Шварц се повисоки кај вториот модел, сметаме дека првиот модел подобро ја одразува зависноста на инвестициската активност од дадените променливи.

Покрај овие, направивме и неколку дополнителни регресии, во кои како зависна варијабла беа земени инвестициите како релативна големина, како и стапката на принос на вкупните средства, како мерило на профитабилноста, но поради несигнификантноста на добиените резултати, нив тука не ги претставуваме. Освен тоа, она што повеќе не интересираше беше токму обемот на вкупните инвестиции како износи на средства издвоени за нови вложувања, а не толку релативните додавања на масата на фиксни фондови.

Заклучоци

Според макроекономските податоци, во последните неколку години Р. Македонија оствари релативно добри резултати во поглед на економскиот растеж, буџетските дефицити и вкупната инвестициска активност, ако се има предвид дека во целиот овој период светот минува низ најдолгата и најдлабоката рецесија по Втората светска војна. Сепак, доколку се погледне подлабоко, ќе може да се забележи дека оваа релативна стабилност во голема мера се должи на економската активност на државата која веќе ги достигна границите на својата одржливост, гледано пред сè, преку зголемувањето на јавниот долг.

Од друга страна, направената длабинска анализа на еден примерок од големи македонски компании, покажува дека и покрај релативно добрите финансиски резултати и овој сектор веќе ја губи силата во борбата со долготрајната рецесија. Тоа го гледаме преку континуираното намалување на инвестициската активност, зголемувањето на вкупната задолженост, а посебно на тековните обврски, профитабилноста се одржува на мошне ниско ниво итн.

Од анализата, исто така, може да се види дека неколку компании даваат исклучително висок придонес во подобрувањето на вкупната слика. Доколку тие се исклучат од анализата, резултатите значајно се влошуваат. Поради тоа, направивме и економетриска анализа за да утврдиме кои интерни фактори најмногу влијаат на нивото на инвестициите на ниво на компанија, бидејќи токму новите вложувања во фиксни фондови претставуваат основа за подобрување на конкурентноста на компаниите.

Анализата, спроведена со примена на методот на ОНК на панел од податоци за 48 компании, покажа дека најзначајно позитивно влијание врз големината на инвестициите има остварената нето-добивка во претходната година, додека финансиската моќ на компанијата (нивото на сопствен капитал во однос на вкупните средства) има негативно влијание. Малку е чудно негативното влијание на порастот на продажбата врз инвестициите, но овој низок коефициент можеме да го толкуваме и како непостоење на влијание.

Во секој случај, ова истражување не претендира да даде конечни одговори на поставените прашања. Примерокот кој се користи, иако репрезентативен, сепак, е мал за да даде поцелосна слика. Друг проблем претставува и кусиот период за кој се расположливи податоците, како и турбулентноста на економските случувања во истиот период, што може значајно да влијае на релевантноста на добиените резултати. Сето тоа ни отвора потреба во иднина повторно да се навратиме на оваа тема и да ја комплетираме анализата со ажурирани податоци.

ЛИТЕРАТУРА:

- Bhattacharyya, Surajit (2008), „Determinants of Corporate Investment: Post Liberalization Panel Data Evidence from Indian Firms“, Institute of Management Technology - India, <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/6702/>.
- Biddle Gary C., Gilles Hilary and Rodrigo S. Verdi (2009), How does financial reporting quality relate to investment efficiency?, *Journal of Accounting and Economics*, 2009, vol. 48, issue 2-3, pages 112-131.
- Bond, S., J. Elston, J. Mairesse, B. Mulkay (1997), Financial factors and investment in Belgium, France, Germany and the UK: A comparison using company panel data, *Working Paper 5900*, National Bureau of Economic Research.
- Chava, Sudheer and Michael R. Roberts (2008), How Does Financing Impact Investment? The Role of Debt Covenants, *Journal of Finance*, Vol.63, Issue 5.
- Devi, S. L. Tulasi, R. Mohan, K. Padma, (2013), Determinants of investment in fixed assets in sugar and breweries industry, *International Journal of Financial Management*, Vol. 2, Issue 1, Feb.
- Fazzari, M. Steven, Bruce C. Petersen (1993), Working capital and fixed investment: new evidence on financing constraints, *RAND Journal of Economics*, Vol.24, No.3.
- Hosamane, Manjappa D. and R., Niranjana (2010), Determinants of Investment Pattern in Indian Manufacturing Industries a Panel Data Study, *Indian Journal of Economics and Business*, Vol. 9, No. 1.
- Hubbard R. Glenn (1998), Capital-Market Imperfections and Investment, *Journal of Economic Literature*, 36, pp. 193-225.
- Jorgenson W. Dale (1963), Capital Theory and Investment Behavior, *American Economic Review*, 53, pp. 247- 259.
- Myers, Stewart C. (1984), The Capital Structure Puzzle, *The Journal of Finance*, Vol. 39, No. 3, pp. 575-592.
- НБРМ (2013), Извештај за банкарскиот систем на Република Македонија во 2012 година.
- Tobin, J. (1969), A General Equilibrium Approach to Monetary Theory, *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 1(1), pp. 15-29.

KEY FINANCIAL PARAMETERS AND DETERMINANTS OF THE CAPITAL INVESTMENTS OF THE MACEDONIAN COMPANIES DURING THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS

Saso Arsov, Ph.D.

Summary

Despite the global economic crisis, the gross-fixed capital formation in Macedonia reached about 27% of the GDP in the last few years and the growth rates of the economy remained in the positive area. However, these outcomes are mostly a result of the increased government spending, which led to the rise of the budget deficits and the level of public debt. A more precise look at the business sector reveals that although the companies in general work profitably, these results are unevenly distributed among them, meaning that several companies make disproportionately high contribution to the overall picture, so that their exclusion from the analysis changes the perception radically. The data also show that the economy is losing its sustainability, which becomes obvious from the lowered profitability, the increased indebtedness of the companies, the increase in the non-performing loans ratios in the banking sector and the drop of the investment activity.

The applied regression analysis on a panel of data collected from 48 companies, using the OLS method shows that their investment activity mostly depends on the net-earnings from the past years. The change in the level of sales has no impact on the investments in fixed assets, while the financial strength has a surprisingly negative impact on the level of capital investments.

Keywords: *capital investments, net-earnings, profitability, indebtedness.*

**ФАКТОРИ НА ПРИФАЌАЊЕ
НА ЕЛЕКТРОНСКАТА
ТРГОВИЈА КАЈ МАЛИТЕ
ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

УДК:
004.738.5:339.1]:334.722.012.64
(497.7)

*Д-р Сашо Јосимовски,
М-р Ивана Јанева*

Апстракт

Според реномираните истражувачки компании Forrester Research, eMarketer и Esommerce Europe електронската трговија ќе забележи висока стапка на раст на глобално ниво во наредните години, при што нејзината имплементација ќе претставува еден од најчестите форми за стекнување на конкурентска предност. Можноста малите претпријатија да ги искористат бенефициите на електронската трговија се елаборирани во бројни истражувања, при што е утврдено дека за нејзино прифаќање придонесуваат различни фактори за различни земји и региони. Од друга страна, познато е дека Република Македонија се наоѓа во раната фаза на развој на електронската трговија со многу сиромашна статистичка анализа за факторите кои го помагаат или спречуваат нејзиниот развој. Целта на овој труд е преку анализа на собраните податоци со анкетен прашалник за електронските продавници на малите претпријатија во Република Македонија да се утврдат карактеристиките на користените модели на електронска трговија и факторите кои го поттикнуваат нивното прифаќање. Анализата покажува дека најважните фактори на прифаќањето на електронската трговија е подобрувањето на комуникацијата и односите со клиентите и императивот за онлајн присутност, при што имплементираниите функционалности делумно се корелирани со факторите за прифаќањето на онлајн продажбата.

Клучни зборови: *електронска трговија, електронска продавница, модел на е-трговија, интернет маркетинг, мали претпријатија.*

Вовед

Во последната декада на дваесеттиот век беше евидентиран експоненцијален раст на користењето на интернетот, кој заедно со традиционалните информациско-комуникациски технологии (ИКТ) креираа глобална и конкурентна платформа преку која претпријатијата комуницираа помеѓу себе и ги промовираа и ги продаваа своите производи и услуги. Овој начин на работа стана критичен за успехот на малите и на средните претпријатија, кои се сметаат за погодни за вклопување во електронската трговија (е-трговија) поради нивната флексибилност, адаптивност и иновативност (Rao et al. 2003).

И покрај забавувањето на економскиот раст во периодот по 2008 година во поголемиот дел од земјите во светот, електронскиот бизнис (е-бизнис) и е-трговијата продолжија да растат. Според независната истражувачка компанија eMarketer, во светски размери во 2013 година се очекува е-трговијата на мало да порасне за 17% и да достигне вкупна продажба од 1200 милијарди УСД (Quigley, 2013). Во САД, како најразвиено информациско општество, во периодот од 2012-2017 год. се предвидува е-трговијата на мало да расте со годишна стапка од 10% и од 230 милијарди УСД во 2012 година да достигне вредност од 370 милијарди УСД во 2017 година (Forrester Research, 2013). Во 2012 година е-трговијата на мало во САД учествувала со 5% во вкупната трговија на мало. Според извештајот на Ecommerce Europe (Ecommerce Europe, 2013), онлајн приходот од стоки и услуги во Европа во 2012 година остварил раст од 19% и достигнал €311.6 милијарди. Земјите на Европската унија (ЕУ), вклучувајќи ја и Хрватска, реализирале 88.7% од вкупната онлајн продажба. Уделот на интернет економијата во вкупната економска активност на Европа се проценува на 3.5%.

Според студијата изработена од страна на USAID (USAID, 2010), за разлика од САД и ЕУ, е-трговијата во Република Македонија е во раната фаза на својот развој, при што интернет-базираната трговија учествувала во 2010 година со само 1% во вкупниот број на трансакции направени преку електронски картички, чие учество, пак, во вкупниот промет во државата изнесувало од 8% до 10%. За земјата оптимистички делува податокот според кој бројот на онлајн трансакции во 2011 во однос на 2010 година се зголемил за 1200%. Истата студија препорачува неколку измени за подобрување на правната регулатива, воведување на контролни механизми врз работата на интернет продавниците, со цел да се заштитат потрошувачите, како и да се подигне на свеста на граѓаните за користење на овој продажен канал. Покрај исполнувањето на овие препораки, Владата на Република Македонија во текот на 2012 и 2013 год. финансиски поддржува отворање на 100 електронски продавници (е-продавници) за нови или за постоечки претпријатија. Првата група од 31 е-продавница се

имплементирани во 2012 година, главно, од мали претпријатија, а имплементацијата на останатите се планира да започне во 2013 година. Она што посебно треба да се истакне е дека покрај техничката поддршка, е-продавниците се обезбедени со одредени сервиси и поддршка, како што се оптимизација на пребарувачките машини, промотивни алатки и маркетинг преку социјалните мрежи. За овие работи претпријатијата добиваат и соодветна обука. Исто така, планирана е изработка и на агрегатор на е-продавниците кој како виртуелен интермедијатор ќе понуди заеднички сервиси.

Може да се заклучи дека во последните неколку години во Република Македонија се преземени неколку сериозни иницијативи кои овозможуваат повисоко ниво на развој на онлајн пазарот во земјава, како и негова интеграција со глобалниот онлајн пазар. Во недостаток на релевантни податоци со кои би се утврдила состојбата на е-трговијата во земјава, во периодот април-јуни 2013 година организирана е анкета¹ која преку анкетен прашалник прибира релевантни податоци за малите претпријатија од земјава кои ја прифатиле е-трговијата. Целта на овој труд е да ги анализира собраните податоци од аспект на карактеристиките на користените модели на е-трговијата од страна на претпријатијата, како и од аспект на факторите кои го поттикнуваат нивното прифаќање.

1. Преглед на литературата и методологија на истражување

Денес претпријатијата значително инвестираат во ИКТ поради бенефициите кои се добиваат од поврзувањето и соработката со претпријатијата и со потрошувачите во реално време, како и од воведувањето на нови бизнис модели. Ваквото однесување на претпријатијата овозможува интернетот и останатите сродни технологии да го променат начинот на кој се реализираат бизнис активностите, при што најголемо влијание е евидентирано кај продавањето и купувањето преку интернет (Ramayah et al. 2013). Треба да се има предвид дека е-трговијата се смета за радикално различна од традиционалното купување, при што според (Ramayah et al. 2013) разликите, главно, можат да се групираат во три сегменти: (1) пристап и расположливост на информации за производитите; (2) перцепција на поголем ризик; и (3) чувство за поголема слобода и контрола кога се купува преку онлајн канали.

Од друга страна, дел од спроведените истражувања покажуваат дека не секогаш прифаќањето на е-трговијата им носи подобри деловни резултати на претпријатијата. Според (Cloete, 2002) предностите од е-

¹ Анкетата е спроведена иницијално за изработката на магистерскиот труд со наслов „Е-бизнис модели на е-трговија како фактор во зголемувањето на продажбата на малите претпријатија во Република Македонија“ од кандидатот Ивана Јанева, а под менторство на проф. Сашо Јосимовски.

трговијата често пати не се сметаат за прифатливи за малите претпријатија. Понатаму, иако е-комерција има потенцијал да додаде нова вредност на бизнисите во земјите во развој, овие претпријатија, главно, не успеваат да профитираат од нејзините бенефиции (Ksherti, 2007). Различните практики од аспект на профитирање од е-трговијата кај малите претпријатија поттикнуваат бројни истражувања за факторите на успешна имплементација на е-трговијата.

Во (Grandon et al. 2004) утврдени се следниве четири фактори кои влијаат на прифаќањето на е-трговијата од страна на мали и средни компании од регионот на средниот запад на САД: (1) организациската подготвеност; (2) надворешните притисоци; (3) перцепцијата за тоа колку е-трговијата се користи лесно; и (4) перцепцијата за нејзината корисност. Во (Wuher et al. 2005) елаборирано е множество од 26 потенцијални фактори кои го поттикнуваат или го забавуваат прифаќањето на е-трговијата од страна на малите и на средните претпријатија, при што е утврдено дека различни групи на фактори влијаат на различните типови на претпријатија според степенот на прифаќање на е-трговијата. Моделот Бизнес-Бизнес-Потрошувач во малите и во средните претпријатија е истражуван во (Sila et. al 2012), при што на примерок од претпријатија од северна Америка се покажало дека повисокото ниво на користење на моделот од страна на претпријатијата резултира со нивни посилни перформанси во работењето.

Според истражувањето на примерок од мали претпријатија од северозападна Англија, перцепцијата за корисноста и за лесното користење на специфични веб сајтови, вклучувајќи ја и е-трговијата, позитивно влијае на нивното прифаќање од страна на претпријатијата (Daryanto et al. 2013). Во (Fillis et al. 2005) анализирани се повеќе фактори кои го детерминираат прифаќањето на е-комерцијата во мали претпријатија во Шкотска, при што е утврдено дека следниве фактори имаат значајна улога во имплементацијата на е-трговијата: карактеристиките на потрошувачите, степенот на претприемничката ориентација на оние кои ги носат клучните одлуки и нивото на развојот на конкурентноста. Исто така, било утврдено дека одреден број на мали претпријатија ја прифаќаат е-комерција до одредено ниво, за потоа повторно да се посветат на развојот на конвенционалните бизнис и трговски практики.

Во Република Македонија има мал број на истражувања за нивото и за карактеристиките на примената на е-трговијата. Неколку основни статистики се објавуваат од страна на Државниот завод за статистика на Република Македонија (ДЗС), кои не овозможуваат квалитетна анализа на онлајн пазарот и на моделите на е-трговијата прифатени од страна на претпријатијата во Република Македонија. Така, на пример, во текот на 2011 година, 8.9% од деловните субјекти со 10 или повеќе вработени, имале е-трговија, односно купувале или продавале стоки или услуги преку компјутерски мрежи (преку веб или електронска размена на податоци)

(Државен завод за статистика на РМ, 2012а). Овој процент е помал кај малите претпријатија (8.3%), а поголем кај големите претпријатија (13%). Веб-продажба реализирале 5.3%, а веб-купувања вршеле 4.8% од деловните субјекти. Понатаму, во првото тримесечје од 2012 година, само 4.3% од корисниците на интернет направиле нарачки преку интернет за купување на стоки/услуги за лична намена, додека 7.8% тоа го направиле во последните 12 месеци, најмногу за купување на облека или спортска опрема (29.8%) (Државен завод за статистика на РМ, 2012б).

За утврдување на факторите кои влијаат на прифаќањето на е-комерцијата кај малите претпријатија во Република Македонија, спроведена е анкета преку анкетен прашалник на 105 мали претпријатија кои имаат имплементирано е-продавница и вршат продажба на различни производи или услуги. Вкупно 80 претпријатија ги вратија пополнети анкетните прашалници. Прашалниците беа пополнувани, главно, од менаџментот на претпријатието (37.5%) или од вработен кој е активно вклучен во изборот, имплементацијата, работењето или контролата на системот на е-трговија (27.5%).

Анкетниот прашалник се состои од два дела. Првиот дел се состои од прашања поврзани со демографските карактеристики на претпријатието, како и прашања кои се однесуваат на основните податоци за претпријатието, т.е. генерални информации околу дејноста која ја врши, дали продава производи и/или услуги, бројот на вработени, типот на производи или услуги кои се продаваат и типот на каналот на продажба. На сите прашања, освен прашањето за типот на производи/услуги кои ги продава претпријатието, кое е од отворен тип, се избира еден од повеќе можни одговори.

Вториот дел од анкетниот прашалник содржи прашања кои нудат податоци поврзани со имплементацијата и карактеристиките на моделот на е-трговија кој се користи. Со оваа група на прашања се добиваат информации за функционалностите и сервисите на е-продавниците, за факторите кои биле антиципирани при изборот на моделот и за останатите елементите кои влијаат на користењето на моделот на е-трговија.

Во текот на пополнувањето на анкетните прашалници, на испитаниците им беше понудена стручна помош во интерпретацијата на модалитетите од прашањата. Исто така, пред почетокот на обработката на податоците прибрани со анкетните прашалници, дел од одговорите беа верификувани со споредба на податоците од вебот на претпријатијата.

2. Резултати од истражувањето со дискусија

Според резултатите од спроведената анкета, најважен фактор кој влијаел на имплементацијата на е-трговијата и изборот на соодветниот модел е подобрување на комуникацијата и на односот со клиентите. Од

вкупниот број анкетирани претпријатија, 72% сметале дека овој фактор е многу важен (57%), односно важен фактор (15%) при имплементацијата на е-трговијата и изборот на соодветниот модел. Втор по важност фактор според анкетираниите претпријатија за имплементација на е-трговија и избор на соодветниот модел е техничкиот фактор, т.е. императивот на претпријатијата за онлајн присутност. Од вкупниот број анкетирани претпријатија со е-продавници, 65% сметале дека факторот за онлајн присуство е многу важен фактор (40%), односно важен фактор (25%) при воведувањето на е-трговијата и изборот на соодветниот модел. Останатите два модалитета наведени во анкетниот прашалник, односно фактори за избор на соодветен модел за е-трговија, намалување на трошоците и зголемување на продажбата, биле помалку значајни. Од вкупниот број анкетирани претпријатија, 22% го сметале намалувањето на трошоците како многу важен фактор при воведувањето на моделот за е-трговија, додека 33% сметале дека зголемувањето на продажбата е многу важен фактор за имплементација на е-трговијата. Понатаму, резултатите покажуваат дека кај анкетираниите е-продавници изборот на моделот за е-трговија е тесно поврзан со основниот мотив, односно основните фактори на претпријатието за имплементација на електронски продажен канал.

Следен аспект кој е анализиран од моделот на е-трговијата е множеството на функционалности кое претпријатијата го имплементирале во рамките на е-продавницата. Анализата на податоците покажува дека изборот на функционалности е тесно поврзан со факторите кои го детерминирале воведувањето на е-трговијата. Резултатите од анкетата покажуваат дека најголем број претпријатија ги имплементирале основните функционалности карактеристични за е-продавниците и тоа на посромно ниво од аспект на интеграција со останатите системи на претпријатието. Поголемиот број на е-продавници поседуваат електронски каталог (88%) и виртуелна кошничка (78%). Во секој случај, според истражувањата од оваа област, имплементацијата на останатите функционалности може значително да влијае на успешната имплементација на е-продавниците и остварувањето на главните цели. Може да се забележи дека, иако најголемиот број на е-продавници биле имплементирани за подобрување на комуникацијата и на односот со клиентите (72%), тоа не се рефлектирало во имплементирањето на најсоодветни функционалности како што се бележење на искуствата со купувачите и водење на статистика за нарачките. Имено, 31% од анкетираниите претпријатија имале некоја форма на функционалност која ги бележела искуствата на купувачите, а 36% од е-продавниците воделе статистика за нарачките.

Еден од најважните системи во е-трговијата е системот за плаќање. Квалитетот на овој систем вообичаено е најголема детерминанта на довербата и сигурноста на купувачите кон целокупниот систем на е-трговија. Од спроведената анкета може да се заклучи дека најголемиот број на е-продавници го користат системот на електронски картички (73%),

додека останатите користат модел на наплата при испорака или уплатница. Истражувањето покажува дека многу е висок процентот на претпријатијата кои користат модел на плаќање при испорака (67%), што укажува на релативно ниското ниво на софистицираност на анкетираниите е-продавници во Република Македонија. Во секој случај, изборот на системот за плаќање е еден од клучните елементи кои мора да бидат антиципирани при воведување на е-трговијата и изборот на соодветниот модел, бидејќи директно влијае на довербата на купувачите во системот што се имплементира, овозможува ефикасен начин на заокружување на секоја купопродажна активност, а со тоа директно влијае на зголемувањето на продажбата преку е-продавницата.

Имплементирањето и успехот на е-продавниците и на системите за е-трговија е тесно поврзан со ефикасното користење на интернет-базираниите маркетинг алатки. Според резултатите од спроведената анкета, најголем број (58 или 73%) од анкетираниите претпријатија кои имплементирале е-продавници сметаат дека социјалните мрежи имаат многу важно (55%) или важно значење (18%) за ефикасно функционирање на е-продавницата. Втора по значење маркетинг алатка според спроведената анкета за зголемување на ефикасноста на е-продавницата има маркетингот преку сопствениот вебсајт (70% од претпријатијата ја истакнале како многу важна или важна алатка), додека маркетингот преку електронска пошта е третата според важност алатка избрана од анкетираниите претпријатија во Република Македонија (53% од претпријатијата ја истакнале како многу важна или важна алатка). Многу мал дел од анкетираниите претпријатија користат пософистицирани маркетинг алатки, кои имаат директно влијание на користениот модел на е-трговија, како што е здружениот маркетинг (само 5 претпријатија, или 6% од анкетираниите претпријатија ја истакнале оваа маркетинг алатка како многу важна). Релативно мал број од анкетираниите претпријатија сметаат дека онлајн кампањите или оптимизацијата кај пребарувачките машини можат да обезбедат поефикасно работење на е-продавниците. Само 18 претпријатија, или 22% од вкупно анкетираниите, сметаат дека онлајн кампањите се многу важен фактор за создавање на поефикасна продавница, додека само 24% од вкупно анкетираниите продавници сметаат дека оптимизацијата преку системите за пребарување и пребарувачките машини е многу важен фактор за зголемување на ефикасноста на продавницата.

Кога едно претпријатие треба да направи избор на соодветни елементи, со цел успешна имплементација на системот за е-трговија и избор на соодветни модели, треба да се земат предвид објективните ограничувања кои се наметнати, како од самото претпријатие, така и од опкружувањето. За да се добие увид за најважните препреки со кои се среќаваат претпријатијата при реализација на е-продавниците, во рамките на анкетниот прашалник формулирано е конкретно прашање со повеќе модалитети избрани врз основа на постоечките теоретски истражувања, но

и врз основа на спецификите на опкружувањето кое постои во Република Македонија. На поставеното прашање, најголемиот број на претпријатија, 44 или 55% од вкупниот број анкетирани претпријатија, ја истакнаа недовербата како многу важна или важна пречка за зголемување на ефикасноста на е-продавницата. Следната, најчесто истакнувана пречка за зголемување на ефикасноста на е-продавницата од страна на анкетираниите претпријатија е неповолниот пазар во земјава (44%). Безбедносните аспекти на системот за е-трговија се истакнати како трета најчеста пречка за зголемување на онлајн продажбата, додека трошоците за имплементација и трошоците за одржување се наведени како многу важна пречка за зголемување на продажбата само од страна на 5 односно 4 претпријатија.

Врз основа на добиените податоци, најзастапени модели на е-трговија кај анкетираниите претпријатија се моделот директен маркетинг и сопствена продажба. Од 67-те продавници кои го користат моделот директен маркетинг, 18 или околу 27% имаат остварено приход над 50% од електронската продажба, т.е. од функционирањето на моделот на е-трговија. Од нив 8 користат чист модел на директен маркетинг, а останатите го комбинираат моделот со друг модел, најчесто со моделот сопствена продажба. Сличен процент на продавници со остварен приход од над 50% се забележува и кај претпријатијата кои продаваат производи од сопствено производство, кој изнесува 23%. Поефикасна онлајн продажба се забележува кај продавниците кои користат покомплексни модели со вклучени и интермедијатори, како што се моделот на групно купување (3 продавници, сите чисто виртуелни претпријатија), моделот на трговски центар (6 продавници) и моделот на продажба преку посредници (9 продавници).

Податоците од спроведената анкета покажуваат дека најефикасна онлајн продажба во Република Македонија имаат е-продавниците кои имаат до 10 вработени. Од вкупниот број на анкетирани мали претпријатија кои имаат остварено онлајн продажба преку 30%, 81% имаат до 10 вработени, а од вкупниот број на продавници со 100% онлајн продажба 88% се со до 10 вработени.

Од вкупниот број на анкетирани претпријатија, 24 или 30% продаваат компјутерски хардвер, при што 9 од нив преку е-продавниците продаваат и компјутерски софтвер и услуги. Ако овие продавници се анализираат според типовите на каналите за продажба, може да се заклучи дека кај најголемиот број од овие продавници (14) онлајн продажбата не е поголема од 10% од вкупната реализирана продажба. Со други зборови, компјутерскиот хардвер, иако е најпродаван производ онлајн според бројот на е-продавниците, не е карактеристичен производ за онлајн продажба, со оглед на фактот што се продава во многу помали размери преку онлајн каналот, во споредба со физичкиот канал на продажба. Слична анализа на податоците може да се направи и за вториот најпродаван тип на производ според бројот на е-продавниците кои го продаваат, односно за производите

на бела техника/антени/рисивери. Од 13-те продавници, 9 реализирале онлајн продажба која е помала од 10% од вкупната продажба остварена преку двата канала, онлајн и физичкиот. Исто така, деталната анализа покажува дека скоро половина од е-продавниците од овој тип на производ истовремено продавале и компјутерски хардвер. Според податоците од спроведената анкета, најкарактеристични типови на производи за онлајн продажба во Република Македонија се попустите и производите облека/накит/козметика. Попустите како тип на производ се нудени само од 3 компании, но сите три компании се чисто виртуелни компании, што комбинирано со типот на услугата овозможува нивна ефикасна дистрибуција кон купувачите со јасно изразена додадена вредност. Што се однесува до типот на производи облека/накит/козметика, може да се констатира дека овој тип производи е продаван од вкупно 10 анкетирани претпријатија, од кои 6 (повеќе од половина) го продаваат овој тип на производ исклучиво по онлајн канал. Следен производ кој е присутен во онлајн продавниците и се покажува за соодветен за Република Македонија се типот производи туризам/авиобилети. Овој тип на производи е продаван од страна на 4 анкетирани е-продавници, при што сите имале остварено онлајн продажба поголема од 10%. Две од четирите е-продавници овој тип на производ исклучиво го продавале онлајн.

Заклучни согледувања

Глобализацијата и новите ИКТ ги поттикнаа претпријатијата од целиот свет преку прифаќање на е-бизнис практиките и на е-комерцијата да создадат конкурентска предност (Wuher et al. 2004). Постоечката литература за прифаќањето на веб сајтовите и е-трговијата од страна на малите претпријатија укажува на повеќе различни фактори кои го детерминираат нивното прифаќање (Simmons et al. 2008). Во секој случај, значењето на факторите е различно за различни земји и региони и зависи од повеќе интерни и екстерни обележја на економиите и на пазарите во кои работат претпријатијата. Оваа констатација се потврди и со резултатите од спроведеното истражување за е-продавниците на малите претпријатија во Република Македонија.

Според (Daniel et al., 2002) малите претпријатија можат да се групираат во четири кластери според степенот на прифаќање на е-трговијата. Во првиот кластер се наоѓаат претпријатијата кои се во фаза на имплементација на првите сервиси на е-трговијата, а во вториот кластер претпријатијата кои ја користат електронската пошта за комуникација со своите потрошувачи, добавувачи и вработени. На третиот кластер припаѓаат претпријатијата кои имаат имплементирано веб-базиран информациски систем со функционалности за онлајн нарачки, а во четвртиот кластер припаѓаат претпријатијата кои имаат интегриран веб-

базиран информациски систем со интегриран систем за онлајн нарачки и систем за онлајн плаќање. Ако се земе предвид дека само 35% од анкетираниите претпријатија е-продавницата ја поврзале со електронски систем на водење на залихите, ќе се заклучи дека најголемиот дел од анкетираниите е-продавници во Република Македонија, главно, припаѓаат во првиот и вториот кластер, при што имплементираат основни функционалности, кои се поедноставни по својата природа, додека покомплексните функционалности ги имплементираат само мал број продавници.

Врз основа на прибраните податоци од анкетата, може да се заклучи дека во структурата на моделите кои ги користат е-продавниците од Република Македонија доминираат директниот маркетинг и сопствената продажба, а отсутнуваат комплексните индиректни модели во кои доаѓаат до израз современите иновативни е-бизнис стратегии. Токму искуството на е-продавниците од земјите со поразвиени електронски пазари, како и на дел од е-продавниците опфатени со истражувањето, покажува дека ефикасен и одржлив развој на е-продавниците е многу поостварлив ако се користат разновидни иновативни модели на е-трговија во кои компаниите посредници додаваат дополнителна вредност за купувачите. Во овој контекст најубедливи практики од анкетираниите продавници се оние кои го користат моделот на групно купување.

Истражувањето покажува дека зголемувањето на продажбата не е единствената причина за воведување на онлајн канал на продажба, особено кога станува збор за претпријатијата кои имаат и физички канал на продажба. Се забележува од анкетираниите претпријатија, дека оние кај кои онлајн продажбата е единствен продажен канал, зголемувањето на продажбата преку избор на посоодветен модел и интернет-базирана маркетинг стратегија е поголем императив. Кај овие продавници присутни се индиректните модели кои се базираат на партнерски релации со други претпријатија и користење на онлајн интермедијатори, при што препорачливи се пософистицирани функционалности и механизми за плаќање, со примена на онлајн маркетинг алатки кои се исто така покомплексни по својата структура. Претпријатијата кои користат алтернативен физички канал на продавање, покрај виртуелниот, покажуваат дека зголемувањето на продажбата не е примарен фактор на имплементацијата на е-трговијата. Овие претпријатија се фокусирани на физичката продажба како основен канал на реализирање на продажбата, а моделот за е-трговија, обично сопствена продажба и/или директен маркетинг, е само дополнителен канал преку кој претпријатијата се присутни на електронските пазари.

Во однос на влијанието на различни маркетинг алатки на ефикасноста на функционирањето на е-продавниците, резултатите од спроведената анкета покажуваат дека најуспешните компании според учеството на онлајн прометот во вкупниот промет сметаат дека најкорисна алатка е маркетингот преку социјалните мрежи и маркетингот преку сопствените вебсајтови, а најмалку корисна здружениот маркетинг. Она што може да се

сугерира на малите претпријатија е постепено насочување кон користење на покомплексните методи на онлајн маркетинг, кои подразбираат формирање на здружувања (како здружен маркетинг) или фокусирање на подобро позиционирање кај одредени онлајн интермедијатори, како што се пребарувачките машини. Исто така, најкористените маркетинг алатки можат да се искомбинираат со други помалку застапени онлајн маркетинг алатки, како, на пример, со онлајн кампањи. Со тоа може да се очекува комбинираниите методи и модели да дадат синергиски ефект во насока на поефикасно искористување на системите за е-трговија и зголемување на онлајн продажбата.

Користена литература:

- Cloete, E., Courtney, S., Fintz, J., (2002): "Small Businesses' Acceptance and Adoption of e-Commerce in the Western-Cape Province of South-Africa", *The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries*, Vol. 10, No. 4, pp. 1-13.
- Daniel, E., Wilson, H., Mayers, A., (2002): "Adoption of E-Commerce by SMEs in the UK Towards a Stage Model", *International Small Business Journal*, Vol. 20, No. 3, pp. 253 - 270.
- Daryanto, A., Khan, H., Matlay, H., Chakrabarti, R., (2013): "Adoption of Country-Specific Business Websites: The case of UK Small Businesses Entering the Chinese Market", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 20, No. 3.
- Државен завод за статистика на Република Македонија (2012а): „Користење на ИКТ во деловните субјекти 2012“, *Соопштение на Државниот завод за статистика*, 8.1.12.25, Скопје.
- Државен завод за статистика на Република Македонија (2012б): „Користење на ИКТ во домаќинствата и кај поединците 2012“, *Соопштение на Државниот завод за статистика*, 8.1.12.28, Скопје.
- Ecommerce Europe., (2013): „European E-commerce to reach €312 billion in 2012, 19% growth“, *Press Release*, <http://www.ecommerce-europe.eu/press/2013/05/press-release-european-e-commerce-to-reach-312-billion-in-2012-19-growth>, пристапено на 09.08.2013 год.
- Fillis, I., Johannson, U., Wagner, B., (2004): „Factors impacting on e-business adoption and development in the smaller firm“, *Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 10, No. 3, pp. 178 - 191.
- Fillis, I., Wagner, B., Daniel, E., Wilson, H., Mayers, A., (2005): „E-business Development An Exploratory Investigation of the Small Firm“, *International Small Business Journal*, Vol. 23, No. 6, pp. 604 - 634.
- Forrester Research, (2013): „Ecommerce Growth“, *Forrester Research*, <http://visual.ly/growth-ecommerce>, пристапено на 09.08.2013 год.
- Grandon, E. E., Pearson, J. M., (2004): „Electronic commerce adoption: an empirical study of small and medium US businesses“, *Information & Management*, Vol. 42, No. 1, pp. 197 - 216.

- Kim, H. D., Lee, I., Smith, J., Lee, C. K., (2013): „Building Web 2.0 enterprises: A study of small and medium enterprises in the United States“, *International Small Business Journal*, Vol. 31, No. 2, pp. 156 - 174.
- Ksherti, N., (2007): „Barriers to e-commerce and competitive business models in developing countries: A case study“, *Electronic Commerce Research and Application* 6, pp. 443-452.
- Quigley, j. T., (2013): „B2C Ecommerce Could Top \$1.2 Trillion, Driven By Asia-Pacific Growth“, *eMarketer*, <http://www.emarketer.com/Article/B2C-Ecommerce-Climbs-Worldwide-Emerging-Markets-Drive-Sales-Higher/1010004>, пристапено на 09.08.2013 год.
- Ramayah, T., Popa, S., Suki, N. M., (2013): „Key Dimensions on B2C E-Business: An Empirical Study in Malaysia“, *International Journal of Human Capital and Information Technology Professionals*, Vol. 4, No. 2.
- Rao, S. S., Metts, G., Monge, A. M., (2003): „Electronic commerce development in small and medium sized enterprises: A stage model and its implications“, *Business Process Management Journal*, Vol. 9, No. 1, pp. 11 - 32.
- Sila, I., Dobni, D., (2012): „Patterns of B2B e-commerce usage in SMEs“, *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 112, No. 8, pp. 1255 - 1271.
- Simmons., G., Armstrong, G. A., Durkin, M.G., (2008): „Conceptualization of the Determinants of Small Business Website Adoption Setting the Research Agenda“, *International Small Business Journal*, Vol. 26, No. 3, pp. 351 - 389.
- USAID, (2010): „Analysis on the E-commerce Situation in the Republic of Macedonia“, *USAID*, Скопје.
- Wymer, S. A., Regan, E. A., (2005): „Factors Influencing e-commerce Adoption and Use by Small and Medium Businesses“, *Electronic Markets*, Vol. 15, No. 4, pp. 197 - 216.
- Zhang, X., Williams, A., Polychronakis, Y. E., (2012): „A comparison of e-business models from a value chain perspective“, *Euro Med Journal of Business*, Vol. 7, No. 1, pp. 83-101.

FACTORS FOR ACCEPTING ELECTRONIC COMMERCE IN SMALL COMPANIES IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA

*Sasho Josimovski, Ph.D.
Ivana Janeva, M.Sc.*

Abstract

According to renowned research firms Forrester Research, eMarketer and Ecommerce Europe, the electronic commerce shall experience a high rate of growth globally in the forthcoming years, and its implementation shall be considered as one of the most common forms of gaining competitive advantage.

The possibility of small businesses to benefit from the adoption of electronic commerce is elaborated in numerous studies, which in different countries and regions determine different factors that contribute to its acceptance. On the other hand it is known that Macedonia is in an early stage of development of electronic commerce with very poor statistical record of the factors that facilitate or hinder its development. The purpose of this paper is to determine the characteristics of the implemented models of electronic commerce and the factors that encourage their adoption through analysis of data collected by questionnaires for electronic stores of the small enterprises in the country. The analysis shows that the most important factors for the acceptance of electronic commerce are the improvement of the communication and relationships with customers and the establishment of online presence. Furthermore, the implemented functionalities are partially correlated with the factors for the acceptance of electronic commerce.

Key words: *electronic commerce, electronic store, e-commerce model, internet marketing, small enterprises.*

**ПОСЛЕДИЦИ И
ИМПЛИКАЦИИ ОД
НАДВОРЕШНИТЕ МИГРАЦИИ
ВРЗ СОЦИО-ЕКОНОМСКИОТ
РАЗВОЈ И ДЕМОГРАФСКИОТ
РАЗВОЈ НА РЕПУБЛИКА
МАКЕДОНИЈА**

Д-р Славе Ристески

Апстракт

Компонентите на надворешните миграции (имиграцијата и емиграцијата) имаат сигнификантно влијание врз социо-економскиот развој и демографскиот развој на секоја земја. Во трудот импликациите врз социо-економскиот развој се анализираат, како од аспект на земјите на прием, така и на земјите на потекло.

Во трудот, исто така, ќе бидат анализирани и експлицирани импликациите од интензивирањето на емиграцијата во странство во преттранзициониот период и во периодот на транзицијата (последните две децении), кои имаат големо и сигнификантно влијание врз досегашниот развој и идниот развој на популацијата на Република Македонија. Се разбира дека секогаш треба да се имаат предвид обемот и застапеноста на внатрешните преселувања во земјата и интензитетот на емиграцијата во странство, како и нивната причинско-последична детерминираност. Директните и индиректните ефекти од овие преселнички движења се манифестираат со различен интензитет и со нагласени регионални специфичности.

Клучни зборови: *надворешни миграции, внатрешни миграции, социо-економски развој, демографски развој.*

1. Накратко за обемот и за динамиката на надворешните миграции на Република Македонија

Во поглед на надворешните миграции, нашата земја има долга историја во однос на иселувањата во странство, кои се карактеризираат со континуиран пораст сè до денес. Затоа статистиката на надворешните

миграции не располага со релевантни податоци за „старата“ миграција и нивните податоци, како и за оние што се вратиле во земјата. Во изминатите 60 години, надворешните миграции се одвиваа со различен обем и структурни карактеристики на мигрантите, а со тоа имаа различно влијание врз развојот на популацијата во земјата. Во овој контекст, накратко ќе се задржиме во експликација на обемот и динамиката на надворешните миграции во периодот на транзиција, т.е. по 1990 година (за обемот и за динамиката на надворешните миграции во преттранзицискиот период поопширно види во Јанеска 2001).

Врз основа на податоците од пописот на населението од 1994 и 2002 година, бројот на лица кои имаат статус на доселени од странство изнесува респективно 92950 и 79167 лица. Како што може да се забележи, обемот на доселените од странство во 2002 година во однос на 1994 година е намален за 14,83% што покажува дека по 1990 година овие преселнички движења беа значително намалени.

Во транзицискиот период, треба да се истакне, дека само мал дел од граѓаните официјално го пријавиле нивниот престој во странство. Поради тоа, статистичките податоци од домашни извори за обемот на емиграцијата во странство не ја одразуваат реалната состојба. Денес, тоа може да се процени само врз основа на податоци од странски извори од меѓународните институции и земјите на прием.

Врз основа на податоците од домашните и од странските извори (иако се нецелосни) во периодот од 1990 година до денес е забележан најголем иселенички бран од Република Македонија. Неговиот обем може да се процени на околу 200 илјади граѓани. Во овој период, емиграцијата во странство ја сочинуваат два типа на иселување: **трајна семејна емиграција и обединување на семејствата**. Индикативни се податоците на Еуростат за имиграцијата во земјите на прием според државјанството на мигрантите. Имено, вкупниот број на македонски граѓани во земјите на прием во Европската унија се зголемил од 79271 лица во 2000 година на 183906 лица во 2011 година, или пораст од околу 132% (Eurostat, 2011). Според податоците на Светската банка, бројот на македонските граѓани кои престојуваат во земјите на прием низ светот во 2010 година изнесува 447138 лица, а стапката на емиграција изнесува околу 21,8% (World Bank, 2011). Од официјалната статистика на САД, Канада, Австрија и Нов Зеланд може да се забележи дека бројот на македонските граѓани во овие земји изнесува 173795 лица, што претставува 96119 лица повеќе од податоците на Светската банка за 2010 година. Доколку за прекуокеанските земји се вклучат овие податоци, тогаш вкупниот број на македонски граѓани во странство достигнува 543 257 лица, а стапката на емиграции изнесува 26,5% (Janeska, Vornarova, 2012).

Во однос на географската дистрибуција на македонската емиграција, може да се констатира (врз основа на расположливите податоци) дека Австралија, САД, Италија, Германија и Швајцарија се петте

земји на прием со најголем број на имигранти од Република Македонија. Во транзицискиот период најголем пораст на македонски граѓани во европските земји на прием е забележан во Германија, Швајцарија и Италија, каде што во 2010 година се регистрирани 220 илјади лица (Еуростат и други извори) или околу 247,8 илјади лица (податоци на Светската банка).

2. Влијанието на надворешните миграции врз социо-економскиот развој

Последиците и импликациите од интензитетот на надворешните миграции (нивната емиграциона и имиграциона компонента) се набљудуваат на ниво на поединецот и на општеството во целина, на краток и на долг рок итн. Со оглед на комплексноста на феноменот на надворешните миграции на населението и работната сила, нивните позитивни и негативни реперкусии се испреплетуваат, но во исто време се со различен вкупен ефект во секој конкретен случај. Импликациите врз социо-економскиот развој се анализираат, како од аспект на земјите на **прием**, така и на земјите на **потекло**.

Во поглед на макроекономските ефекти од имиграцијата, вниманието на научната мисла особено се задржува на **работната сила, пазарот на трудот, платите и невработеноста**. Во однос на работната сила и пазарот на трудот присутни се ставови според кои имиграцијата придонесува за **зголемување на резервната армија на трудот и конкуренција при вработувањето на домашните и на странските работници, како и намалување на платите**. Повеќето автори, меѓу кои е и Бенинг, го отфрлаат тврдењето дека странската работна сила може да биде причина за невработеноста на домашните работници, со образложение дека нејзиниот прием е реакција на побарувачката на пазарот на работна сила.

Во земјите кои се карактеризираат со најголема застапеност на трајните доселувања, особено САД, преовладува мислењето дека имиграцијата има позитивно влијание на економскиот растеж. Позитивниот ефект произлегува од тоа што со имиграцијата се зголемува популацијата, а со тоа и искористеноста на капиталот, потоа се зголемува поделбата на трудот, се подобрува транспортот и комуникациите, а се забрзува и технолошкиот развој.

Дополнителниот придонес за стабилноста на економиите на земјите на прием претставува и високиот обем на заштеди. Во исто време, значаен придонес имигрантите даваат и за финансирање на општествените фондови (за здравствено, социјално, пензиско осигурување и слично), бидејќи тие поретко се јавуваат како нивни корисници.

Повеќето истражувања покажуваат дека развиените земји апсорбираат поголем дел од квалификуваната работна сила на земјите во развој. Со тоа овие земји остваруваат значителни заштеди за школување и стручно оспособување на овие кадри.

Од досегашните направени истражувања, иако можат да се сретнат дивергентни ставови, сепак преовладува мислењето дека економскиот придонес на имиграцијата е позитивен. Во таа смисла, најчесто се укажува на фактот дека современата економска имиграција, која е детерминирана од побарувачката на економски активни лица, има непосреден придонес за целосно искористување на факторите на производство, при што **расте националниот производ, профитот и инвестициите**, а тренд на реален пораст бележат и платите. Работниците мигранти учествуваат во создавањето на реални добра кои ги надминуваат трошоците за нивно издржување, сместување, школување на децата и слично.

Во овој контекст треба да се истакне фактот дека се направени бројни теоретски и емпириски истражувања за макроекономските импликации од меѓународните миграции врз земјите на **потекло**. Во таа смисла предмет на опсервација се повеќе прашања поврзани со влијанието на емиграцијата врз нивниот социо-економски развој, при што одделно се согледуваат краткорочните и долгорочните ефекти.

Во последните децении особено бурна дебата се води околу последиците на меѓународните миграции на работната сила врз сиромашните емиграциони земји. Таа претежно е насочена на неколку прашања: ефектите врз пазарот на работна сила, девизните дознаки и нивното влијание на економскиот развој, стекнувањето на нови знаења и квалификации и нивното користење при враќањето во земјата и проблемите кои ги предизвикува економската реинтеграција.

Последиците и импликациите од интензивирањето на емиграцијата на висококвалификуваната и високообразована работна сила непосредно се негативни. Таа за земјите на потекло значи огромна загуба не само во средства вложени во нивното подигање и образование, туку уште повеќе по основ на неостварено (потенцијално) влијание врз нивниот социо-економски развој. Во исто време, интензивирањето на емиграцијата на споменатата работна сила во земјите на потекло, сè повеќе ја зголемува загриженоста поради **загубите на човечките ресурси**, неопходни за нивниот развој.

Приливот на девизните средства се смета за најзначајната директна корист за земјите на потекло. Со нив семејствата на мигрантите го подобруваат нивниот стандард и социо-економскиот статус, а за земјите на потекло на работна сила тие се значаен извор на странски средства на плаќање. Факторите кои влијаат врз приливот на дознаките се бројни, комплексни и разновидни. Обемот на девизните дознаки не зависи само од бројот на работници во странство и од висината на нивната заработувачка, туку и од тоа дали членовите на нивните семејства остануваат во своите

земји или не, должината на престојот во странство, од политичката и економската стабилност на земјите на потекло и земјите на прием, од стимулативните мерки за мигрантите (високи каматни стапки на штедните влогови, поволни инвестициони кредити, привилегии при увозот на стоки), од целта поради која се испраќаат парите и слично (за приливот на работничките дознаки поопширно види во Јанеска 2001).

Проучувајќи ги економските аспекти на меѓународните миграции, повеќето автори се осврнуваат на придонесот на работничките дознаки за развојот на емиграционите земји. Иако постојат големи разлики во врска со овој придонес, преовладува мислењето дека девизните дознаки немаат поголемо позитивно влијание врз социо-економскиот развој на земјата на потекло, а според некои тие имаат и значајни негативни импликации. Ваквите ефекти првенствено се детерминирани од начинот на нивно искористување. Со право се истакнува дека доколку значаен дел од работничките дознаки успешно се насочи кон продуктивни инвестиции, кои би придонеле за задоволување на зголемените потреби за потрошувачки добра на повратниците и на семејствата во странство и на тој начин би се спречувала инфлацијата, а би се креирале нови работни места, влијанието на дознаките врз социо-економскиот развој би било позитивно.

Од 2004 година приватните трансфери во Република Македонија во просек изнесуваат 4% од бруто домашниот производ (БДП). Пред кризата од 2008 година тие изнесуваа 277 милиони евра, а се очекува нивниот растечки тренд да продолжи и во наредниот период (се очекува во 2012 година тие да изнесуваат околу 300 милиони евра). Макроекономските импликации на приватните трансфери се познати. Тие се значаен извор на финансирање на **дефицитот на тековната сметка** и Народната банка ги следи внимателно, со што би се осигурила дека ненадејните промени кај нив нема да ја загрозат макроекономската стабилност.

Универзитетот Американ Колеџ од Скопје, во соработка со Центарот за економски развој и истражување од Сараево, реализира проект за да го испита влијанието на приватните трансфери врз сиромаштијата, нееднаквоста и самовработувањето во Македонија, Босна и Херцеговина и во Косово. Од истражувањето се согледа дека бројот на семејствата кои примаат приватни трансфери во нашата земја се зголемил по кризата од 16% на 21% (Економија и бизнис, март 2013 година). Во исто време е забележано зголемување на просечната вредност од 1990 на 2070 евра годишно (во постојани цени). Од анализата на овој проект произлегува дека семејствата кои примаат 2000 евра приватни трансфери годишно, имаат 5% помала веројатност да западнат во сиромаштија, иако се чини дека кризата го запрел овој ефект.

Генерално, емпириските сознанија потврдуваат дека во услови на современа економска емиграција не може да се најде пример на земја која врз основа на емиграцијата успеала да оствари економски напредок.

Поновите истражувања, исто така, укажуваат дека емиграцијата не влијае позитивно врз социо-економскиот развој на подрачјата од кои потекнуваат мигрантите.

3. Влијанието на надворешната миграција врз демографскиот развој

Интензивирањето на емиграцијата во странство во преттранзициониот период и во периодот на транзиција (последните две децении), имаат големо и сигнификантно влијание врз досегашниот развој на населението (бројчено и структурно) во Република Македонија. Карактеристиките на современата емиграција во странство може да се идентификуваат врз основа на податоците за структурните белези на мигрантите од пописите на населението (1971, 1981, 1994), како и податоци од странски извори (Пописот на населението од 2002 година дава само информации за емигрантите кои престојуваат во странство до една година). Врз основа на податоците од споменатите извори можеме да ги извлечеме следниве заклучоци:

- До почетокот на деведесеттите години од минатиот век, учеството на семејствата во вкупниот број на мигранти се изедначи со тоа на работниците – мигранти. Тоа значи дека привремената миграција постепено се трансформира во трајна.
- До почетокот на деведесеттите години од минатиот век преовладуваше застапеноста на мигрантите од руралните подрачја, додека по 1994 година емиграцијата во странство се одвиваше со ист интензитет од руралните и од урбаните подрачја.
- Во структурата на мигрантите според пол, зголемено е учеството на жените, особено економски активните и тоа од 39,2% во 1981 година на 41,5% во 1994 година. Според податоците на Еуростат во 2010 година од 175,7 илјади македонски граѓани во земјите на прием во Европската унија 44% беа жени.
- Според податоците на Еуростат во 2010 година, околу 17% од регистрираните македонски граѓани во земјите на прием од Европската унија биле деца од 0 до 14 години, 80% работоспособно население и 3% стари 65 и повеќе години.
- Се забележуваат мошне значајни промени во бројот и структурата на мигрантите според образованието. Тие се манифестираат во значаен пораст на бројот на мигрантите со средно и терцијарно ниво на образование. Имено, учеството на мигрантите со завршено средно образование се зголемило од 9,1% во 1971 година на 23,2% во 1994 година. Во истиот период учеството на оние со терцијарно образование е зголемено од 1,3% на 8,7%. Податоците на Светската банка покажуваат дека во периодот 1997-2005 година стапката на

емиграција на лицата со терцијарно образование во нашата земја изнесувала 29%.

- Податоците од Пописот на населението во 1994 година покажуваат дека 23,8% од мигрантите биле индустриски работници, 7,8% стручњаци и уметници, 6% работници од услужниот сектор, 3,7% трговци, 3,6% административни работници, а 3,3% работници од други сектори.
- Во однос на националната припадност на мигрантите, со најголемо учество се издвојуваат Македонците (64,2% во 1981 и 62,6% во 1994 година) и Албанците (22,1% и 29,6% во 1981 и 1994 година, респективно). Зголеменото учество на Албанците првенствено е условено од обединувањето на семејствата.

Во овој контекст треба да се каже и дека влијанието на преселничките движења (внатрешни и надворешни) врз развојот на населението во Македонија е мошне комплексно, сигнификантно и испреплетено. Во таа смисла секогаш треба да се имаат предвид обемот и застапеноста на внатрешните преселувања во земјата и интензитетот на емиграцијата во странство, како и нивната причинско – последична детерминираност. Директните и индиректните ефекти од овие движења се манифестираат со различен интензитет и со нагласени регионални специфичности.

Во периодот 1948-1994 година, миграционото салдо покажува дека селата во Македонија по основ на емиграцијата изгубија околу 650 илјади жители, од кои 52,5% се доселија во градските подрачја, а 47,5% заминаа во странство. Со тоа руралните подрачја во огромен дел останаа без младо население, што услови големи промени во **репродуктивната основа на населението, интензивно популациско стареење и депопулација**. Во Република Македонија денес има 137 села кои немаат ниту еден жител, а околу 400 села се со мал број на жители кои претежно се со старо население.

Во меѓуопштинските миграции доминира доселувањето во подрачјето на градот Скопје. На тој начин, градското население во Скопје се зголеми од 87654 лица во 1948 година на 470203 лица во 1994 година. Во целиот овој период градското население во Скопје растело со мошне висока геометриска просечна годишна стапка на растеж од 3,72%, што придонело за пораст на неговото учество во вкупното градско население на земјата од 28,5% на 38,6% (Ќурчиев и други, 1998).

Во последниве две децении, под силно влијание на емиграцијата во странство, се одвиваат големи промени во обемот и во структурните карактеристики на популацијата во земјата – вкупно и регионално. Нејзините директни импликации произлегуваат од обемот на емиграцијата која достигна 200 илјади лица, што претставува околу 10% од населението на земјата. Индиректните импликации од емиграцијата во странство произлегуваат од старосната структура на мигрантите која детерминира значително намалување на репродуктивната основа на населението во земјата.

Така, според податоците на Државниот завод за статистика (ДЗС) во меѓупописниот период 1994-2002 година, природниот прираст на населението без родени и умрени во странство изнесува 86647 лица, а со родените и умрените во странство 107607 лица. Тоа значи дека во овој набљудуван период околу 20% од регистрираниот природен прираст се реализира надвор од земјата. Од документацијата на ДЗС, бројот на живородените деца во странство во периодот 1994-2003 година изнесува 27379 лица.

Табела 1: Показатели за природното движење и миграционото салдо во Република Македонија, Пелагонискиот и Полошкиот регион, период 1994 - 2002 година

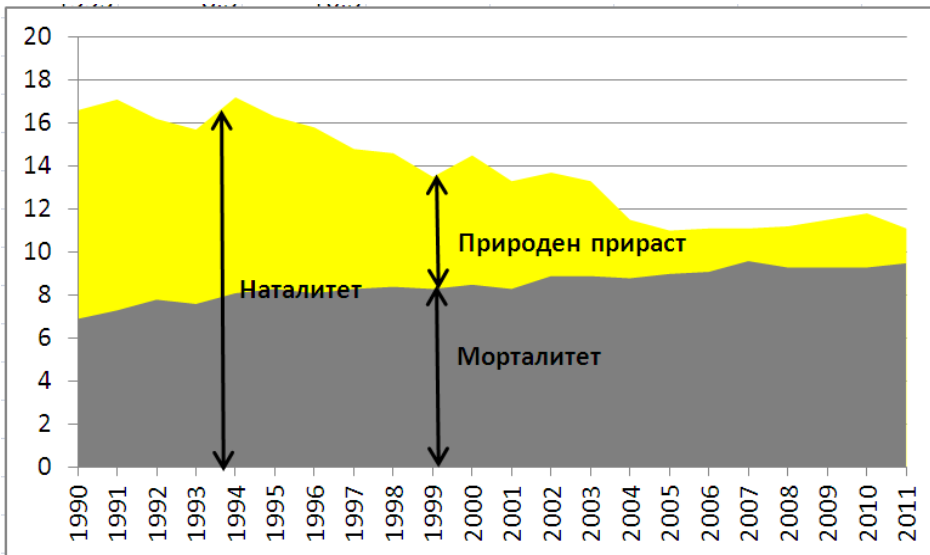
	Република Македонија		Пелагониски регион		Полошки регион	
	1994	2002	1994	2002	1994	2002
Без родени и умрени во странство						
Број на живородени	31.260	24.154	3.24	2.404	6.020	3.287
Живородени на 100 жители	16,10	11,90	13,50	9,90	21,50	12,60
Број на умрени	15.649	17.866	2.543	2.961	1.860	2.282
Умрени на 100 жители	8,00	8,80	10,50	12,20	6,60	7,50
Природен прираст	15.611	6.288	721	-557	4.160	1.545
Природен прираст на 100 жители	8,00	3,10	3,00	-2,30	14,80	5,10
Стапки на вкупен фертилитет	2,08	1,59	1,98	1,49	2,43	1,55
Природен прираст 1994-2002	86.647		126		23.089	
Миграционо салдо 1994-2002	-10.063		-4.604		-946	
Со родени и умрени во странство						
Број на живородени	33.487	27.761	3.390	2.495	6.727	5.401
Живородени на 100 жители	17,20	13,70	14,00	10,50	24,00	17,80
Број на умрени	15.771	17.962	2.563	2.973	1.897	2.323
Умрени на 100 жители	8,10	8,90	10,60	12,50	6,80	7,60
Природен прираст	17.716	9.799	827	-478	4.830	3.078
Природен прираст на 100 жители	9,10	4,90	3,40	-2,00	17,20	10,10
Стапки на вкупен фертилитет	2,21	1,60	2,04	1,56	2,69	2,21
Природен прираст 1994-2002	107.607		819		32.420	
Миграционо салдо 1994-2002	-30.992		-5.297		-8.472	

Извор: Јанеска В., Симовски А.: Особености на населението во Пелагонискиот и во Полошкиот регион, зборник на трудови – Демографските промени во светлина на резултатите од Пописот на населението во 2002 година, МАНУ, 2-3 јуни 2005 година, Скопје, стр. 68.

Во регионални рамки, влијанието на емиграцијата врз вкупниот пораст и врз природниот прираст на популацијата е различно. Во периодот

до деведесеттите години на минатиот век, тоа особено беше нагласено во Пелагонискиот регион, посебно во општините Битола и Ресен. Врз основа на податоците од пописите на населението, може да се забележи дека овие општини по основ на емиграцијата во странство изгубиле повеќе од 33% од населението. Со интензивирање на емиграцијата од Полошкиот и од југозападниот регион во осумдесеттите и во деведесеттите години на минатиот век, овие импликации се сè поизразени и во овие подрачја. Големите промени во виталните стапки на населението во општините од овие региони во последните две децении првенствено се детерминирани од порастот на миграцискиот контингент, посебно на членовите на семејствата. На ова место, мошне интересен е примерот на Полошкиот регион, каде што се опсервираат виталните стапки на населението со и без родените / умрените во странство, во периодот 1994-2002 година и покажуваат дека тие битно се разликуваат (види табела 1). Притоа, особено големи се отстапувањата во нумеричката вредност на тоталната или кумулативната стапка на фертилитет која во 2002 година со родените во странство изнесува 2,21, а без нив 1,55. Тоа значи дека ако не се земат предвид родените во странство во Полошкиот регион не се обезбедува проста репродукција на населението.

Слика 1: Движења на наталитетот, морталитетот и природниот прираст, 1990-2011 година



Земено во целина, како резултат на интензивниот процес на демографската транзиција во Република Македонија, настанала мошне значајни промени во репродуктивното однесување на населението, а со тоа и на наталитетот и фертилитетот. Денес стапката на наталитетот се спушти

на 11‰, а тоталната стапка на фертилитет изнесува 1,56 (2002 година). Од деведесеттите години стапката на морталитет има перманентна тенденција на пораст и во 2011 година изнесува 9,5‰, како последица на стареењето на популацијата. Природниот прираст како нивна резултанта во 2011 година изнесува 1,6‰. Движењата на наталитетот, морталитетот и природниот прираст во периодот 1990-2011 година се прикажани на слика 1. Набљудувано регионално само Скопскиот и Полошкиот регион се карактеризираат со највисоки стапки на природен прираст: 4,3‰ и 3,7‰ респективно. Додека Пелагонискиот, Источниот и Вардарскиот регион имаат негативни стапки на природен прираст од -3‰, -1,9‰ и 0,3‰ респективно и тие претставуваат т.н. демографски црни дупки во нашата земја.

Наши проценки се дека и во наредниот период ќе продолжат опаѓачките демографски трендови на фертилитетот и на природниот прираст. Сè повеќе ќе се интензивира популациското стареење. Во таа смисла, сè повеќе ќе расте и учеството на населението старо 65 и повеќе години. Ќе продолжи да се намалува учеството на влезната старосна кохорта од 0 до 14 години. Условите за репродукција на населението, како резултат на намалување на фертилниот контингент на жени од 15-49 години, ќе бидат понеповолни. Ќе се намалува работоспособниот контингент од 15-64 години. Со тоа, Република Македонија во наредниот дваесетгодишен период ќе има недостиг на квалитетна работна сила. Во таа смисла, треба сè повеќе да се поттикнуваат и да се применуваат мерките на популациската политика, политиката на работна сила и пазарот на трудот, како и миграционата политика. Тие треба да се во функција на одржлив и урамнотежен социо-економски и демографски развој на земјата. Мерките на миграционата политика треба да се насочени кон задржување и ангажирање на висококвалификуваните и на високообразованите работници кои ќе придонесат за подобра економска ефикасност и повисоко ниво на социо-економски растеж на земјата.

Литература

- Janeska V., Bornarova S. (2012), „Social Impact of Emigration and Rural-Urban Migration in Central and Eastern Europe- Country Report FYRMacedonia“, EC DGEmployment, Social Affairs and EqualOpportunities & GVG (Gesellschaftfürversicherungswissenschaften -gestaltung.V.).
- Јанеска, Верица (2001). „Современите миграции, емиграцијата од Р. Македонија и социо-економскиот развој“, Економски институт – Скопје.
- Ристески, Славе (2009). „Демографски методи и анализа“, Економски факултет – Скопје.
- Ристески, Славе (2011). „Прашања и проблеми поврзани со регионалната демографска хетерогеност во Република Македонија“, Годишник на Економски факултет – Скопје.

Ќурчиев А., Антоновска С., Костадинова-Даскалова К. (1998). „Компоненти на демографскиот развој во Република Македонија“, Трудови од Република Македонија презентирани на Балканската демографска конференција, Солун, 26-29 јуни 1996, ДЗС, „Прикази и студии“, број 88, Скопје.

Eurostat (2011): Population by sex, age and citizenship (migr_pop1ctz), <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

World Bank (2011): Bilateral Migration Matrix, November 2010, <http://go.worldbank.org.JITC7NYTTo> (last access 1 December 2011).

CONSEQUENCES AND IMPLICATIONS OF EXTERNAL MIGRATION ON THE SOCIO-ECONOMIC AND DEMOGRAPHIC DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA

Slave Risteski, Ph.D.

Abstract

The components of the external migration (immigration and emigration) have significant impact on the socio-economic development and demographic development of each country. The labor implications on socio-economic development are analyzed both in terms of receiving countries and the countries of origin. The paper analyzes implications of intensification of emigration abroad in the pre-transition period and during the transition period (last two decades), which has a strong and significant influence on the development and future growth of the population of Macedonia. The attention is given to scope and coverage of internal migration in the country and the intensity of emigration abroad, and their causal determination. Direct and indirect effects of these migratory movements occur with different intensity and highlighted regional specificities.

Key words: *external migration, internal migration, socio-economic development, demographic growth.*

УДК: 659.13/.16:[159.937.24:
658.626(497.7)

**ВИДОВИ МЕДИУМИ ВО
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА И
НИВНО ВЛИЈАНИЕ ВРЗ
ПЕРЦЕПЦИЈАТА НА
ОПРЕДЕЛЕН БРЕНД**

*Д-р Снежана Ристевска –
Јовановска*

Апстракт

Во Македонија се присутни различни типови на медиуми кои компаниите ги користат за пласирање на своите пропагандни пораки до целните групи на потрошувачи. Од традиционалните медиуми најголемо е влијанието на телевизијата како медиум. Р. Македонија е земја со најголем број на телевизиски станици по глава на жител. Од спроведеното онлајн истражување може да се извлечат следниве заклучоци: медиумите имаат слично влијание врз перцепцијата. Може да се каже дека, главно, медиумите помалку влијаат врз перцепцијата отколку врз емоциите за брендovите. Овој тип на анализ, би требало да влијае и да се земе предвид при распределба на медиските буџети во различни категории на производи и при остварување на различни комуникациски цели. Доколку ни е потребна свесност за производот, најдобро би било да користиме телевизија, интернет, надворешно огласување, па на крајот, печатени медиуми и радио.

Клучни зборови: *медиуми, печатени медиуми, телевизија, интернет, радио, перцепција.*

Вовед

Основна цел на трудот е да се согледа влијанието на медиумите во Р. Македонија врз перцепцијата за одреден бренд. Направен е подетален осврт на развојот на традиционалните и на дигиталните медиуми во Р. Македонија, како и употребата на нивните специфичности и моќта од страна на компаниите, како дел од медиските кампањи за промоција на своите производи и услуги.

Целта на истражувањето е да се согледаат карактеристиките на пазарот во Р. Македонија, како основа за утврдување на најефектните медиумски-миксови за различните категории на производи. Во таа насока, анализиран е трендот на употреба на различните типови на медиуми, како и влијанието на различните типови на медиуми во светот и кај нас. Притоа, анализирани се: (а) навиките на аудиториумот во користењето на различните типови на медиуми; (б) распределба на буџетите инвестирани во медиумското огласување; (в) мислењето на потрошувачите за тоа кој тип на медиум најмногу влијаел врз нивниот избор на потрошувачка, воопшто, како и во однос на дадените две категории и (г) влијанието на медиумите врз свесноста за производот, поттикнувањето на желбата за потрошувачка, директно врз купувањето, како и врз перцепцијата за производите.

При изработката на овој труд се користени повеќе истражувачки методи и техники. Освен релевантната литература и официјалните податоци, во функција на поцелосна опфатеност на релевантните информации, користени се и податоците собрани по пат на лични интервјуа со маркетинг и медиумските специјалисти, како и по пат на интернет прашалници.

1. Република Македонија – земја со најголем број на телевизиски станици per capita

Р. Македонија е земја со најголем број на телевизиски станици per capita. Само за компарација, економската велесила Сингапур има само осум ТВ-станции.

Најголемиот наплив на ТВ-станции и нови концесионери настана во летото 2008 година кога Советот за радиодифузија додели 18 нови сателитски концесии на државно ниво (Совет за радиодифузија, 2008). Во ноември 2012 година официјално се регистрирани 67 приватни ТВ-станции и една јавна телевизија – „МТВ“, којашто има 3 канали (Совет за радиодифузија, 2012). Во ноември 2011 година, во согласност со Советот за радиодифузија, беа регистрирани 80 ТВ-станции: 77 приватни и трите канали на јавниот сервис (Совет за радиодифузија, 2011). Најголемата промена на македонскиот медиумски пазар е затворањето, на убедливо најгледаната ТВ-станција „А1“ на 30.07.2011 година (со просечен удел во севкупната гледаност на сите ТВ-станции од 30%) од страна на Агенцијата за електронски комуникации и Советот за радиодифузија (АГБ Нилсен, 2011). Затворањето на оваа ТВ-станција во тој период за втората по

гледаност ТВ-станции (Телевизија „Сител“) и третата (Телевизија „Канал 5“) беше можност за преземање на водството на медискиот пазар.¹

ТВ-станциите во Р.Македонија емитуваат програма со претежно забавен и информативен карактер и се неспецијализирани за одредена програмска содржина или, пак, старосна група. Телевизиите се специјализирани само во однос на етничките групи коишто ги таргетираат. Најголем дел од нив емитуваат програма на македонски јазик, 17 на албански јазик (2 од нив и на албански и на македонски јазик, 3 на македонски, турски и албански јазик и една на македонски, албански и бошњачки), две ТВ-станции емитуваат програма на македонски и на ромски јазик и само една на бошњачки јазик.

Од 01 јуни 2013 година започна процесот на дигитализација на ТВ-сигналот на целата територија на Р. Македонија, со што се очекува големо подобрување на приемот на сигналот, на неговата чистота и квалитет.

Од аспект на начинот на тргување во Р. Македонија медискиот пазар, а особено ТВ-медискиот пазар е во целосен хаос. Оваа состојба ја потврдуваат и голем број маркетинг-раководители на дел од медиумите во Р. Македонија. (Сопствено истражување, 2012).

Ценовниците на сите ТВ-станции во Р. Македонија, со исклучок на „Македонската радио-телевизија“ сè уште се по ценовен модел евра/секунда, иако речиси сите национални ТВ-станции тргуваат со број на рејтинг поени, т.е. продаваат вкупен број на реализирани рејтинг поени на одредена таргет група – „ГРПС“(Gross Rating Points GRPs).

Телевизиските станици го употребуваат и моделот цена за секунда, па потоа на таа цена одобруваат одреден попуст кој не е транспарентен ниту, пак, е по некое одредено правило, туку се одредува зад затворени врати и зависи од конекциите на одредена компанија со ТВ-медиумот.

Третиот начин на тргување кој, исто така, е застапен е пакети спонзорства или одреден број на емитувања низ различна програма на дадена ТВ-станција за определен буџет (често многу низок буџет). ТВ-медиумите им нудат на компаниите поповолни услови доколку одат директно кај нив (без агенција), доколку дадат поголем буџет или барем

¹ Од страна на ТВ-станции коишто егзистираа на македонската медиска сцена имаше обиди и за специјализирани канали („Дангл“ и Телевизија „МС“), но не успеаја да опстојат поради малата таргет група, а со тоа и малите рејтинзи и незначителни буџети за промоција. Поради тоа, на 6.4.2012 година се затвори музичката ТВ-станција „Дангл“ која сателитски зрачеше на територијата на целата држава, на истиот датум ѝ беше одземена сателитската концесија на Телевизијата „Перспектива“. Телевизија „Пинк минус“ на 11.5.2012 година и Телевизија „АБ Канал“ на 4.9.2012 година беа затворени поради неемитување на програма на сателит и/или неплаќање на надоместок за концесија. Телевизија „А2“ е затворена, т.е. ѝ е одземена концесијата на 13.6.2012 година поради неследење на процентуалната распределба на програмската содржина (Совет за радиодифузија, 2012).

доколку одредат поголем процент од распределбата на буџетот да оди кај одредената ТВ-станица. И покрај пониската цена којашто ја нудат ТВ-медиумите, тие не се доволно обучени да извршат соодветно медиско планирање и развој на медиска стратегија за компаниите, а од друга страна, пак, може директно да понудат цена каква што маркетинг агенциите не можат.

Во Србија, Хрватска, Бугарија и во Грција се продаваат и купуваат рејтинг поени. Од аспект на начинот на тргување на медиумите, како и од аспект на мерење на аудиториумот Косово, Албанија и Црна Гора се наоѓаат на последно место во регионот. На овие три пазари поради недостаток на соодветни истражувања (пиплметри) ТВ-станциите сè уште продаваат секунди (АМЦ Комуникации Црна Гора, 2012).

2. Печатените медиуми како најразновиден посредник

Печатените медиуми се медиуми коишто претставуваат најразновиден посредник во ширењето на економско-пропагандни пораки. Медиски посредници по пат на печат се: дневен печат (весници), неделници, месечни магазини, ревији, периодични списанија и пригодни едиции.

Во Р. Македонија во моментот егзистираат единаесет дневни весници. Осум од нив се на македонски јазик, а три на албански јазик. Сите дневни весници, освен „Македонски спорт“ се со претежно политичко-економска и информативна содржина.

Дневните весници се издвојуваат само во зависност од тоа дали се провладино или опозициски ориентирани и во таа насока се и нивните известувања за случувањата во земјата. Содржините за настаните од регионот и од светот најчесто се преземаат од странски медиуми, па затоа и поголемиот дел од нив имаат исти содржини.

Дневните весници имаат свои инсертери кои често се наоѓаат како посебни публикации инсертирани во рамките на дневниот весник или, пак, може да бидат и во рамките на самиот весник како дел/секција од истиот, а излегуваат на неделно ниво. Инсертерите без разлика на темата најчесто имаат подолготраен век од дневниот весник и се чуваат подолго време. Пример, додатоци на весникот за здравје, автомобили, земјоделство, енигматика, водичи за ТВ-програма и сл.

На македонскиот медиски пазар опстојуваат повеќе од 14 месечници. Пример, „Убавина и здравје“, „Комплетна“, „Авто фокус“, „Авто плус“ и сл.

Ценовната политика во однос на продажба на рекламниот простор кај овој тип на медиуми е делумно регулирана. Ценовниците се по цени за еден см² и тоа важи кај сите печатени медиуми, а попустите (од 5 до 45%) се во зависност од бројот на објави и реализираниот буџет на дадениот

печатен медиум и, во принцип, се поголеми за маркетинг/медиските агенции како закупци коишто купуваат за повеќе клиенти, а помали доколку клиентот се огласува индивидуално.²

Германската групација „ВАЦ“ којашто од есента 2003 година беше сопственик на најголемата групација на печатени медиуми „МПМ“ во април 2012 година излезе од Р. Македонија, а медиската групација „МПМ“ заедно со весникот „Македонски спорт“ ја откупи „Орка холдинг“, која во август 2012 година 50% од компанијата ѝ ги продаде на српската компанија „Интернет груп“, која воедно е сопственик и на електронскиот портал „Телеграф“ (Телеграф, 2012). Овие два стратешки партнера во моментов се сопственици на 4 дневни весници („Дневник“, „Вест“, „Утрински весник“, „Македонски спорт“) и еден магазин - „Теа модерна“. Тоа е најголемата издавачка групација на територијата на Р. Македонија. Оваа групација во согласност со сопствените изјави вели дека „според последните процени за август 2012 година, „МПМ“ на пазарот на продаден дневен новински тираж учествува со 78.1%“ (МПМ, 2012).

Во периодот од 2008 до 2012 година забележан е драстичен пад на рејтингот на дневните весници. Овој пад не е резултат само на општата економска криза која го зафати светот почнувајќи од 2008 година. Таа криза се одрази и во куповната моќ на граѓаните дури и при нивната одлука да купат дневен весник. Падот на побарувачката/продажбата на дневните весници повлече и пад на тиражите на дневните весници, а самиот пад на рејтингот придонесе и до намалување на медиските буџети на медиумските огласувачи одредени за рекламирање во печатените медиуми. Голем дел од печатените медиуми поради намалените буџети за рекламирање се на прагот на егзистенцијата и се издаваат повеќе од љубов и страст кон дејноста и кон самите списанија од страна на нивните сопственици. Кон таквата состојба треба да се додаде и фактот дека речиси сите печатени медиуми, а посебно дневните весници, имаат свои веб-изданија. Некои од нив даваат само ограничена количина од своите содржини, а останатото може да се добие со претплата, други, пак, целосно го ставаат весникот на веб-страниците, како на пример „Ден“ (Ден, 2012). Магазините, за разлика од дневните весници, сè повеќе ја анимираат својата читателска публика со свои фејсбук страници и преку социјалните медиуми, отколку преку свои веб-страници.

² Дури и при инсертирање на одредени семплери, прво, треба да се потврди точниот тираж за тој ден со медиумот, а потоа да се продуцираат примероците што ќе се инсертираат. Но тиражите на печатените медиуми се држат во тајност. Огласувачите, освен податоците за тираж, ги интересира и ремитенда на печатените медиуми добиени од самиот медиум. Дневните весници се со поголем тираж (од 7.000 до 32.000), во зависност од дневниот весник, додека, пак, неделниците и месечните магазини се со понизок тираж (од 5.000 до 10.000 примероци).

3. Радиото како традиционален медиум и пропагандните пораки

На територијата на Р. Македонија во согласност со податоците од Советот за радиодифузија се регистрирани 84 радиостаници од кои 3 се комерцијални радиостаници кои имаат национална концесија, т.е. ја покриваат целата територија на Р. Македонија и 2 канала се на јавниот радиодифузен сервис. Поголемиот дел од локалните радиостаници емитуваат програми на македонски јазик, но има радиостаници кои емитуваат програми на албански, ромски и турски јазик, дури и на српски и хрватски јазик (Совет за радиодифузија, 2012). Во Србија се регистрирани повеќе од 319 радиостаници од кои 6 се национални, 47 регионални и над 266 локални радиостаници. Имајќи ја предвид ваквата состојба, може да заклучиме дека по глава на жител во Р. Македонија има поголем број на радиостаници отколку во Србија како земја во регионот со најголем број на медиуми по жител (Р. Србија-Републички завод за статистику, 2012).

Во Р. Македонија радиото е во многу лоша состојба, бидејќи голем дел од нив едвај преживуваат. Со цел да ги намалат трошоците кои ги имаат во голем дел од радиостаниците (се пушта музика на компјутер) не работат новинарски и водителски екипи. Приватните национални радиостаници и дел од регионалните радиостаници добиваат дел од маркетинг буџетите на огласувачите коишто во однос на телевизијата како медиум се незначителни.

Во текот на последните 5 години буџетот за рекламирање на радио се движи во рамките на 4-5% од вкупниот нето-медиски буџет во Р. Македонија. Останатите радиостаници функционираат локално во околината што ја покриваат, опслужувајќи ги локалните медиумски огласувачи за симболични буџети. Ценовната политика на радиостаниците е продажба на цена за секунда од радиопораката. На ваков начин функционираат и радиостаниците во регионот.

4. Надворешни пропагандни средства

Надворешните пропагандни средства или, пак, надворешните медиуми се такви средства со коишто се пропагира производот или компанијата со негово поставување на видливи места за купувачите. Во овие средства спаѓаат: плакати, пропагандни паноа, светлосни реклами, излози, мегалајти, билборди, мегаборди, сидови и сл. Најчесто се употребуваат како дел од една севкупна комуникациска медиска стратегија, бидејќи: нудат можност за почесто повторување на рекламната порака или име на компанија/производ, еластични се во однос на интензитетот на примена, доколку соодветно се искористат со атрактивна

креатива може да бидат навистина ефектни. Најдобри резултати со нив се постигнуваат во периодот пролет-лето и рана есен како и пред и околу божиќните празници (Farbey, 2002).

На македонскиот медиски пазар постојат девет поголеми компании, т.е. провајдери на услугите за надворешно рекламирање, од коишто може да се издвојат 4 коишто се поголеми од останатите. Во Р. Македонија постојат повеќе од 5.200 лица/површини за надворешно огласување од кои приближно 2.000 се билборди и мегалајти. Голем дел од тие објекти се уништени или, пак, оштетени и не се соодветни за имиџот на медиумските огласувачи. Во моментот не постои ред ниту во однос на локациите ниту во однос на надворешниот изглед на објектите на кои се лепат рекламните постери. Поради големиот број на локации и разновидната понуда, како и поради малиот пазар и ограничените буџети за рекламирање на компаниите, голем број од компаниите за надворешно рекламирање се подготвени за преговарање и постои можност за групни цени, т.е. да се купи одреден број локации за одреден буџет, со што би добиле многу поевтина цена отколку да се избира локација по локација. Во меѓувреме, на овој пазар егзистираат и приватни компании-поединци коишто имаат обезбедени неколку локации на приватен имот и кои ги нудат своите локации по многу ниски цени.

5. Интернет медиски пазар во Република Македонија

Интернетот, како дигитален медиум кој спаѓа во групата на современи медиуми, многу често се смета како нова маркетиншка алатка. На оваа тема има бројни дебати и анализи насекаде во светот. Ако стапката на пенетрација на интернетот во Јужна Европа за 2012 година изнесува 61%, а за првиот квартал на 2012 година во Р. Македонија изнесува 58.3%, слободно може да заклучиме дека стапката на интернет пенетрацијата во Р. Македонија е меѓу поголемите на ниво на Европа (Државен завод за статистика, 2012).

Интернет медискиот пазар во Р. Македонија е во подем, како во однос на квалитетот на услугата, цената на интернет пристапот, бројот и квалитетот на интернет медиумите коишто егзистираат на македонскиот медиски пазар, така и во однос на буџетот кој се одредува за интернет рекламирање. За жал, поради нерелевантната статистика, непостоењето на регистар на субјекти, а и малиот број на истражувања од оваа област, не постои официјален податок за бројот на интернет медиуми во Р. Македонија. Во моментот регистрирани се приближно 2000мк домајни и секојдневно се појавуваат нови онлајн медиуми кои стартуваат премногу ентузијастички, без маркетинг стратегии, што најчесто резултира во најблага форма со напуштање на ентузијазмот, одржување во живот во очекување дека ќе се случи некоја промена или нивно згаснување. Пазарот

во Р. Македонија е премногу мал, а со тоа и „колачот“ од онлајн огласување за да може комерцијално да функционираат толкав број онлајн медиуми.

6. Буџети за рекламирање во медиумите

Во 2011 година буџетите на компаниите инвестирани за рекламирање во медиумите во согласност со податоците од „АГБ Нилсен“ и од „ИПСОС“ бележат пад од 8% на генерално ниво. Најголем пад е забележан кај печатените медиуми (19%) и потоа кај буџетите инвестирани за рекламирање на телевизијата ($\approx 7\%$). Раст се бележи само кај буџетите распределени за рекламирање на интернет и тоа од 29% во однос на 2010 година.

Доколку се спореди состојбата со буџетите инвестирани во рекламирање на медиумите во првата половина на 2012 година со истиот период во 2011 година, може да забележиме пад на буџетите инвестирани за рекламирање на телевизијата и во печатените медиуми, а раст на буџетот инвестиран за рекламирање на интернет. Најголем пад се бележи кај медиските буџети коишто се инвестирани за пропаганда во печатените медиуми (пад од 31%). Овие намалувања на буџетите влијаат врз севкупната состојба и во согласност со неа во текот на првата половина на 2012 година забележан е пад на севкупниот буџет инвестиран за рекламирање во медиумите за приближно 26% во однос на истиот период во 2011 година. Покрај константниот раст на буџетите за интернет-рекламирање, за жал, тие сè уште се многу ниски, т.е. помали од оние за печатените медиуми и телевизија и не може да влијаат врз севкупната медиска слика.

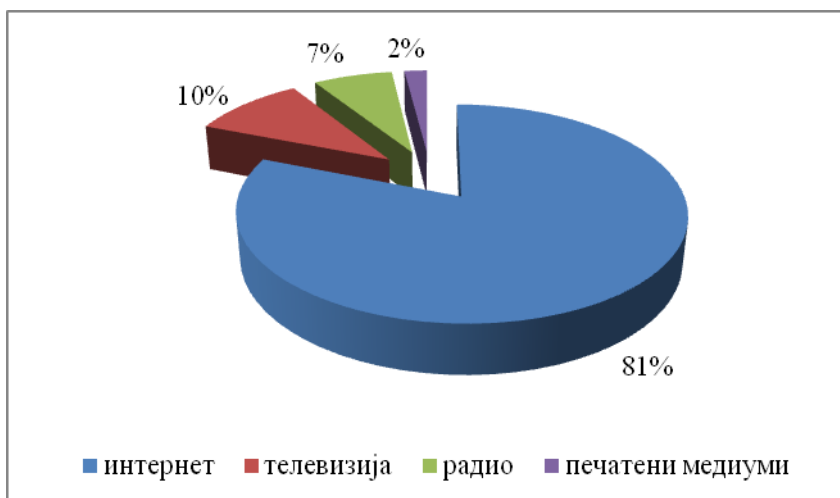
Во согласност со сите горенаведени податоци, може да се заклучи дека и покрај хаосот којшто постои во начинот на тргување на македонскиот медиски пазар и непостоењето на официјални податоци за нето-буџетите за сите медиуми во Р. Македонија, сепак, телевизијата и по нето-буџет и по бруто-буџет е најпотребуваниот медиум за рекламирање од страна на компаниите со приближно 70% од вкупниот нето медиски буџет. Потоа следат печатените медиуми и надворешното рекламирање, па сите останати медиуми.

Најголем пад на буџетите за рекламирање во медиумите во 2012 година е забележан во печатените медиуми (31%). Падот најмногу се забележува кај неделните инсертери (38%), месечните магазини (34%) и дневните весници (33%). Делумно овој пад е како резултат на престанокот на функционирањето на медиумите од „Плус Продукција“, меѓутоа е како резултат и на тоа што поради кризата и намалените буџети за огласување во 2011, 2012 и почетокот на 2013 година престанаа да излегуваат голем број на неделни и месечни магазини („Клик“, „Спорт клуб“, „Плејбој“, „Лајф магазин“, „1Е“, „Глобус“ итн.).

7. Резултати од онлајн истражувањето

Од особено значење за маркетинг менаџерите е сознанието за влијанието на определени медиуми врз перцепцијата и однесувањето при купувањето на аудиториумот за одредени производи/брендови. За таа цел беше спроведено онлајн истражувањето во периодот март- јуни 2013 година на 250 испитаници. За потребите на овој труд ќе бидат изнесени дел од резултатите добиени преку спроведеното истражување. Најголем дел од испитаниците (82%) беа на возраст од 20 до 30 години и од 31 до 40 години (поради сличностите во нивните одговори во понатамошниот текст ќе бидат третирали како возрасна група од 20-40 години), останатите 18% беа испитаници на возраст од 41-60 години. Од најголемата испитувана група (53%) од испитаниците беа припаднички на женскиот пол, а останатите 47% беа припадници на машкиот пол.

Графикон 1. Изложеност на испитаниците по типови на медиум во текот на денот



Извор: Сопствено онлајн истражување спроведено март-јуни 2013 год.

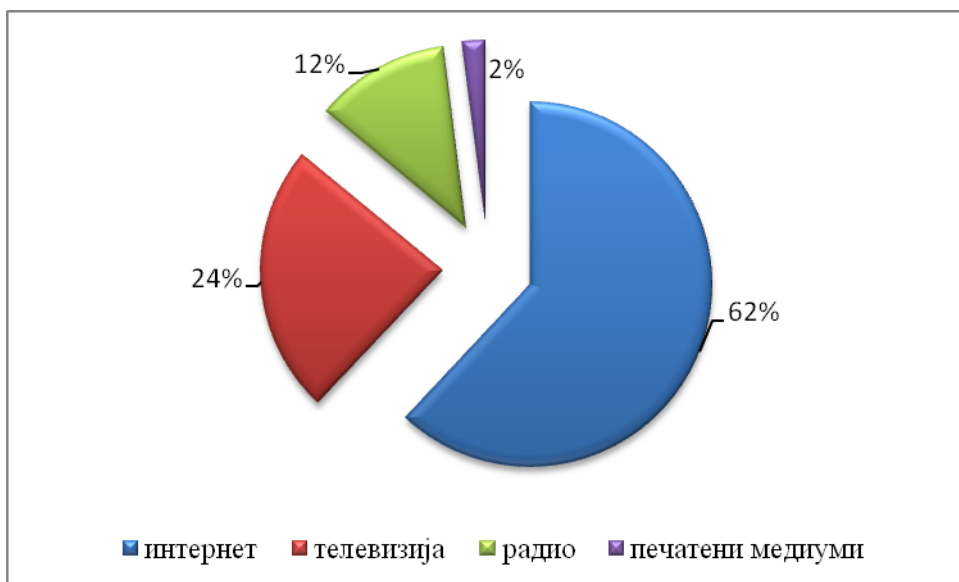
На прашањето - На кој медиум најмногу сте изложени во текот на денот?- Најголемиот дел од испитаниците одговориле дека тоа е интернет (дури 81% од испитаниците), 10% се изјасниле за телевизијата, 7% за радиото и само 2% од испитаниците одговориле дека во текот на денот се изложени на печатените медиуми.

Најголем процент од испитаниците кои во текот на денот се изложени на интернет се на возраст помеѓу 20 и 40 години, дури 88% (од коишто 61% се жени, а 39% се мажи), 8% од испитаниците се на возраст од

41 до 60 години. Од ова може да се заклучи дека интернетот е медиум преку којшто во текот на денот може да се допре до најголем број на потенцијални потрошувачи, особено до женската популација на возраст од 20 до 40 години.

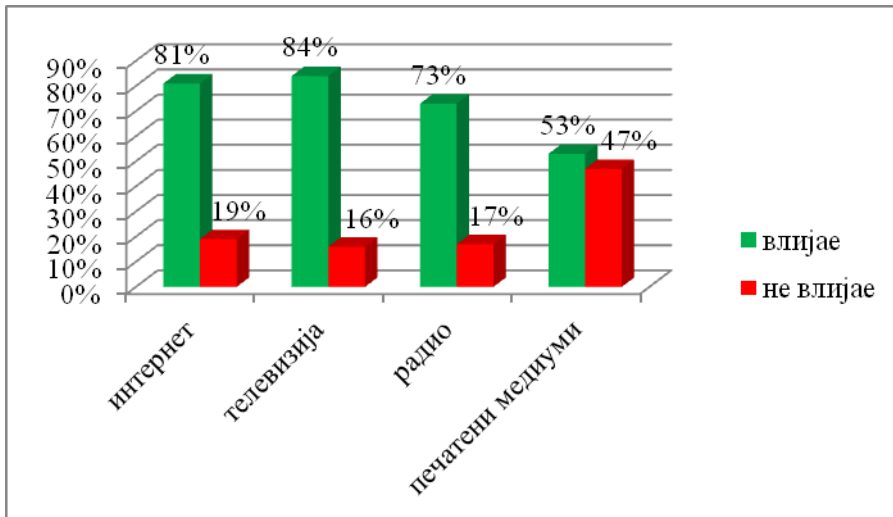
На прашањето - Кој медиум најмногу сакате да го консумирате во текот на денот? - Најголем број од испитаниците 62% на возраст од 20 до 40 години се изјасниле дека интернетот е медиумот којшто тие најмногу сакаат да го консумираат, 24% од испитаниците се изјасниле за телевизијата, 12% го преферираат радиото како медиум, а 2% сакаат да ги консумираат печатените медиуми.

Графикон 2. Тип медиум кој испитаниците најмногу дневно сакаат да го консумираат



Извор: Сопствено онлајн истражување спроведено март-јуни 2013 год.

84% од испитаниците се изјасниле дека телевизијата доста влијае врз нивните перцепции за одреден производ/бренд, а 13% дека малку влијае, или, пак, дека не влијае (3%). Во согласност со ова истражување, 47% од испитаниците одговориле дека печатените медиуми не влијаат многу врз нивните перцепции за одреден бренд, додека кај 53% влијаат.

Графикон 3. Влијание по одреден тип на медиум врз перцепциите за одреден производ

Извор: Сопствено онлајн истражување спроведено март-јуни 2013 год.

Дури 73% од испитаниците се изјасниле дека радиото како медиум, т.е. рекламите слушнати на радио не влијаат или многу малку влијаат врз нивните перцепции за производите. 81% од испитаниците се изјасниле дека интернетот, т.е. рекламите поставени на интернет-банери влијаат врз нивните перцепции за производите, додека, пак, 19% се изјасниле дека малку влијаат или, пак, воопшто не влијаат.

Испитаниците се поделени подеднакво кога станува збор за влијанието на надворешното огласување врз нивните перцепции за одреден производ/бренд. Оттука може да се заклучи дека за соодветно перципирање, а со тоа и градење на свесност за бренд кај потрошувачите, најповолни медиуми се телевизијата и интернетот.

Заклучок

Неоспорен е заклучокот дека квантитативно бројот на медиумите на македонскиот медиски пазар навистина е голем и во однос на бројот на медиуми per capita. Од квалитативен аспект, македонскиот медиски пазар е една „голема мистерија“, за којашто постојат многу мал број официјални податоци. Состојбата, генерално, е во „хаос“ и треба многу работа за да почне таа да функционира. Најголемите проблеми во согласност со сите анализи и истражувања се: постоењето на многу голем број на медиуми; немање општ бизнис концепт на медиумите; инертноста на македонскиот аудиторинум од аспект на навиките за следење или неследење на одредени

типови на програма; нетранспарентните и многу варирачки услови за тргување; нискиот медиски буџет за огласување во Р. Македонија од страна на компаниите; непостоење на релевантно тело за координација и проверка на истражувачките агенции; нефункционирање на медиумските организации / здруженија, како и нерелеватни податоци за тираж и мерење на досегот на медиумите за надворешно огласување.

Буџетот за огласување на медиумските огласувачи на македонскиот медиски пазар е многу низок и е еден од најниските во регионот. Тој изнесува нето приближно 45 милиони евра. Најголем дел од буџетот на сите огласувачи во Р. Македонија е распределен на телевизијата, голем дел на печатените медиуми, па потоа следи надворешното огласување, радиото и интернетот како медиум.

Присутните недоумици во однос на веродостојноста на податоците добиени од истражувачките агенции, а тоа се „АГБ Нилсен Медиа Рисрч“ и „ИПСОС“, може да се решат само со формирање на контролно тело, составено од медиумските асоцијации, претставници од агенциите и од Советот за радиодифузија.

Библиографија:

- АМЦ Комуникации Црна Гора, (2012), „Состојбата на медиумскиот пазар во Црна Гора“, работен документ, приватна архива, Будва, Црна Гора, септември 2012.
- Државен завод за статистика, 2012, „Соопштение за користење на Интернет во домаќинствата и кај поединците“, работен документ број/Но: 8.1.12.28, Информатичко општество, Скопје, 2012.
- Dutka, S. (1995), „*DAGMAR defining advertising goals for measuring advertising results*“ 2nd edition, NTC business book, Lincolnwood Illinois.
- МИМ (2012), „Конференција на тема: Пазарот на Медиуми во Македонија- трендови и перспективи“, работен документ, Македонски институт за Медиуми, Скопје, 6 декември 2012.
- Орданоски, С. Исмаил, Ѓ. Станкоски, Д. Ајдини, Г. Јаневска –Делева, А. (2012), *Заробена демократија*, Транспарентност Македонија, Скопје.
- Република Србија - Републички завод за статистика, (2012), „*Актуелни показатели*“, достапно на: <http://webrzs.stat.gov.rs>, (пристапено на 01 јуни 2012).
- СМЕ, (2013), available at: <http://www.cetv-net.com/en/tv-stations/bulgaria.shtml>, (пристапено на 8 мај 2012).
- Совет за радиодифузија (а), (2012), „*Список на регистрирани радиостаници*“, достапно на: <http://www.srd.org.mk>, (пристапено на 24 мај 2012).
- Совет за радиодифузија (б), (2012), „*Анализа на пазарот за радиодифузната дејност за 2011*“, достапно на: <http://www.srd.org.mk>, (пристапено на 10 мај 2012).
- Совет за радиодифузија, (2008), „*Извештај од СРД за 2008*“, достапно на: <http://www.srd.org.mk>, (пристапено на 24 мај 2012).
- Совет за радиодифузија, (2011), „Список на регистрирани телевизии во 2011“,

работен документ, СРД, Скопје, февруари 2011.
Телеграф, (2012), "PAŽNJA, PAŽNJA: Uskoro kreće makedonski "Telegraf"!"
достапно на: <http://www.telegraf.rs>, (пристапено на 24 мај 2012).

THE TYPES OF THE MEDIA IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA AND THEIR INFLUENCE ON THE PERCEPTION OF A BRAND

Prof. Snežana Ristevska-Jovanovska, Ph.D.

Abstract

In Macedonia, present different types of media companies use to place their advertising messages to targeted groups of consumers. The mainstream media is the biggest influence of television as a medium. Macedonia is a country with the largest number of television stations per capita. From the conducted online research can draw the following conclusions: media have a similar impact on the perceptions and emotions. Generally, media has less influence on the perception than on emotions of the brands. This type of analysis should be affected to consider the allocation of media budgets in different categories of products and to the implementation of various communication purposes. If we need awareness of the product would be best to use television, Internet, outdoor advertising and eventually printed media and radio.

Keywords: *media, print media, television, radio, internet, perception.*

ФИСКАЛНИТЕ МУЛТИПЛИКАТОРИ ВО ПОСТКРИЗНИОТ ПЕРИОД

УДК:
336.02(497.7),,2008/2009“

Академик Таки Фити

Апстракт

Фискалните стимули, во состојба блиска до ликвидносна стапица, станаа значајна полуѓа во контексот на одговорот на макроекономските политики на глобалната криза од 2008 - 2009 година. Овој факт, разбирливо, го зголеми интересот на економистите ширум светот за ефектите од фискалната експанзија, т.е. за висината на фискалните мултипликатори. Проблематиката на фискалните мултипликатори е вонредно сложена, бидејќи упатува на динамични ефекти од промените во варијаблите на фискалната политика, кои често се протегаат на релативно долг временски период. Методите со кои располага современата економска наука (подеднакво и квантитативните и наративните) за процена на висината на фискалните мултипликатори не се усовершени.

Овој труд, најпрвин ги елаборира и ги коментира различните процени на висината на фискалните мултипликатори во посткризниот период во различни земји. Во трудот, исто така, се анализирани факторите кои детерминираат различни и недоволно сигурни процени за висината на фискалните мултипликатори. Авторот на овој труд ги извлекува опитните законитости поврзани со детерминантите кои ја условуваат висината на фискалните мултипликатори, како показател за ефикасноста на фискалната експанзија. Анализата во трудот завршува со поуки за Република Македонија, т.е. со сугестии, поврзани со подобрувањето на мултипликативните ефекти од фискалната експанзија во македонската економија во периодот по 2008 година, извлечени врз основа на квалитативна економска анализа.

Клучни зборови: *фискални стимули, фискални мултипликатори, импакт мултипликатор, кумулативен мултипликатор, детерминанти на фискалните мултипликатори.*

Вовед - суштина на концептот на мултипликаторот

Според Кејнз, концептот на мултипликаторот во економската теорија прв го вовеле професорот Кан во статијата „The Relation of Home Investment to Unemployment“ („Врските на станбената изградба со невработеноста“), објавена во Economic Journal, June 1931. (Keynes, 1997, p. 113).

Според Кан, ако владата се јави како организатор на јавни работи (на пример, изградба на системи за наводнување, регулација на текови на реки, изградба на мостови и други инфраструктурни објекти), ќе се вработат одреден број лица – т.н. примарна вработеност. Лицата ангажирани во изведувачкото на јавни работи ќе примаат плати. Дел од платите тие ќе ги употребат за купување на потрошни добра, а дел ќе заштедат. Делот од платите што ќе се употреби за потрошувачка ќе ја зголеми побарувачката за потрошни добра, поради што, претпријатијата што ги произведуваат овие добра, за да одговорат на зголемената побарувачка, ќе мораат да вработат нови лица – т.н. секундарна вработеност. Дел од платите на нововработените лица повторно ќе се употребат за потрошувачката, со што ќе се раздвижи ново производство на потрошни добра и ќе се креира т.н. терцијална вработеност итн. Во системот на мултипликатори, евидентно, секое нововработено лице креира дополнителни вработувања. Колкав ќе биде мултипликативниот ефект, т.е. дополнителните вработувања иницирани од примарната вработеност, пред сè ќе зависи од маргиналната склоност кон потрошувачка на нововработените лица. Ова е основната идеја на концептот на мултипликаторот.

Во рамките на анализата на маргиналната склоност кон потрошувачка, Кејнз зборува за два вида мултипликатори – мултипликатор на вработеноста и мултипликатор на инвестициите. (Keynes 1997, p. 113).

Предмет на анализа на овој труд се **фискалните мултипликатори**, т.е. мултипликативните ефекти од зголемувањето на различните облици на буџетска потрошувачка, т.е. од експанзивната фискална политика. Фискалните мултипликатори ги мерат промените во реалниот БДП, како резултат на порастот на една единица на фискална варијабла – на пример, ако порастот на буџетската (владината) потрошувачка за 1 евро предизвика зголемување на реалниот БДП за 2 евра, тогаш фискалниот мултипликатор од владината потрошувачка е 2. Слично на ова, може да се дефинираат бројни фискални мултипликатори поврзани со различните облици на владината (буџетска) потрошувачка – на пример, фискален мултипликатор од пораст на владините инфраструктурни инвестиции, од

пораст на социјалните трансфери итн., понатаму, фискален мултипликатор од намалување на даноците воопшто, фискални мултипликатори од т.н. таргетирано намалување на даноците (на она што се однесува на деловите од популацијата со поголема маргинална склоност кон потрошувачка) итн. Мултипликаторот може да дејствува и во спротивна, обратна насока, („коњот наречен мултипликатор може да јава во двете насоки“ - Семјуелсон) и да испорачува негативни ефекти врз аутпутот, доколку буџетската потрошувачка се намалува или доколку даноците се зголемуваат.

Фискалните мултипликатори се пресметуваат на краток и на долг рок. Во првиот случај, т.н. *импакт – мултипликатор*, ги мери краткорочните промени во БДП како резултат на порастот на владината потрошувачка:

$$\text{Импакт мултипликатор} = \frac{\Delta y_0}{\Delta g_0}$$

Во вториот случај т.н. *кумулативен мултипликатор* ги мери ефектите од зголемената фискална експанзија на подолг хоризонт. (Ilzetski, Mendoza and Végh, 2012, p. 12 – 13).

$$\text{Кумулативен мултипликатор}(T) = \frac{\sum_{t=0}^T (1+i)^{-t} \Delta y_t}{\sum_{t=0}^T (1+i)^{-t} \Delta g_t}$$

при што каматната стапка во примерокот i се пресметува како медијална вредност. Очевидно, во овој случај се мерат кумулативните промени во реалниот аутпут (искажани во нето сегашна вредност) од единица дополнителна владина потрошувачка (исто така, искажана во нето - сегашна вредност), од моментот кога се случува промената во владината потрошувачка до разгледуваниот период. Оттука, кумулативниот мултипликатор е долгорочен мултипликатор, каде што $T \rightarrow \infty$. (Ilzetski, Mendoza and Végh, 2012, p. 12 – 13).

Какви се проценките за висината на фискалните мултипликатори од експанзивната фискална политика како одговор на глобалната финансиска и економска криза од 2008/2009 година?

Проценките на висината на различните фискални мултипликатори, посебно оние што доаѓаат од проминентни автори од САД, се многу различни (дури и за ист тип буџетски трошоци) и се движат во распон од нула до 4, па и до 6.

Во 2009 година претседателот на САД Обама почна да имплементира експанзивна фискална политика како одговор на глобалната финансиска и економска криза. Фискалните стимули опфаќаа намалување на даноците со вкупен ефект од околу 300 милрд. долари и зголемување на буџетската потрошувачка со вкупен ефект од околу 500 милрд. долари. Во такви услови, американските економисти го поставија прашањето за оправданоста на ваквата политика и испитувањата за висината на фискалните мултипликатори доби висок приоритет. Во овој контекст, економистите, фактички, се обидуваа да одговорат на три прашања: (1) Колкави ќе бидат мултипликативните ефекти од зголемувањето на владината потрошувачка? (2) Колкави ќе бидат мултипликативните ефекти од намалувањето на даноците и (3) Дали се поголеми мултипликативните ефекти од зголемената владина (буџетска) потрошувачка или, пак, оние од намалувањето на даноците?

Претседателот на Советот на економските советници на Обама, Христина Ромер, тогаш тврдеше дека мултипликаторот на буџетската потрошувачка ќе изнесува помеѓу 1,5 до 1,6 и дека производниот јаз на американската економија во износ од околу 1000 милрд. долари ќе биде затворен до крајот на 2010 година. Наспроти предвидувањата на Христина Ромер, професорот Роберт Баро изнесе мислење дека претходните искуства на САД потврдуваат дека во „нормални времиња“ фискалниот мултипликатор, суштински, се движи околу нула. Ваквото мислење, како што е познато, Баро го темели на неговата хипотеза за Рикардовиот еквивалент. Што се однесува, пак, до конкретните проценки на фискалниот мултипликатор од фискалните стимули на Обама, Баро, на почетокот на 2009 година, потенцираше дека мултипликаторот ќе изнесува само 0,5 – ова значи дека зголемената буџетска (владина) потрошувачка за 500 милрд. долари ќе додаде на БДП износ од само 250 милрд. долари, бидејќи процесот ќе биде проследен со crowding – out ефект од 250 милрд. долари. Испитувањата на професорот Харолд Улиг упатуваат на уште помал мултипликатор на буџетската потрошувачка – од 0,3 до 0,4, т.е. пораст на реалниот БДП од 150 до 200 милрд. долари, но и на далеку повисок мултипликатор од кратењето на даноците, т.е. мултипликатор од 0,5 по истекот на првата година, понатаму 2 по истекот на втората година и дури 6 по истекот на третата година. (Спореди, Parkin 2012, pp. 338 – 339; Pzetski, Mendoza and Végh, 2012, p. 2). Слични разлики во проценката на фискалните мултипликатори од владината потрошувачка во САД се констатирани и во една студија објавена уште во 1988 година, во којашто се испитувани и графички прикажани мултипликаторите проценети според осум различни модели. Средната вредност на мултипликаторите од владината потрошувачка, кон крајот на првата година, достигнува до 1,4, а потоа нивниот ефект постепено се исцрпува и во петтата година паѓа на околу 1. Притоа, четири индивидуални модели исфрлаат повисоки, а

четири пониски фискални мултипликатори. (Види: Samuelson and Nordhaus, 2005, p. 498).

Во последните неколку години, практично, по избувнувањето на глобалната криза од 2008/2009 година, се појавија неколку значајни студии кои се занимаваат со проблематиката на ефектите од фискалните стимули, т.е. со проценка на висината на фискалните стимули, кои, и покрај различните резултати и бројните контроверзи, фрлаат ново светло и го подобруваат нашето разбирање за оваа комплексна материја. Меѓу нив, посебно значајни се оние на Спилимберго, Симански, Бланшар и Котарели, понатаму на Илзетски, Мендоза и Вег, на Христина и Дејвид Ромер, на Алесина, Фаверо и Гавази и на Улиг (оригиналните наслови и изворите се поместени во користената литература при подготовката на овој труд). Во продолжение, кратко ќе коментираме само дел од добиените резултати за висината на различните фискални мултипликатори во овие студии.

Спилимберго, Симански, Бланшард и Котарели, ги сумираат резултатите од испитувањата на различни автори за висината на фискалните мултипликатори во САД и во други земји. (Spilimbergo, Symansky, Blanchard and Cottarelli, 2008, p. 18 – 20). Така, на пример, проценката на фискалните мултипликатори за економијата на САД врз основа на VAR – методот, покажуваат позначајни мултипликативните ефекти на владината потрошувачка на краток рок, односно пониски на подолг рок. Обратна е ситуацијата со фискалните мултипликатори од намалувањето на даноците. Во тој контекст и испитувањата на Бланшард и Пероти (2002) потврдуваат дека мултипликативните ефекти од намалувањето на даноците и од зголемувањето на владината потрошувачка варираат низ времето. Кристина и Дејвид Ромер, во истражувањето од 2008 година, наоѓаат дека намалувањето на даноците во САД во износ еднаков на 1% од БДП, во текот на неколку години, креира мултипликативен ефект од близу 3% од БДП. Од друга страна, пак, испитувањата на Реми (2008) покажуваат дека и непродуктивните владини трошоци (оние за наоружување) можат да имаат мултипликатор повисок од 1. Елмендроф и Рефшнајдер (2002), користејќи макроекономски модел на ФЕД, базиран на рационалните очекувања и на монетарна политика фундирана врз правила (скромна пораст на краткорочната каматна стапка по фискалната акција на владата за стимулирање на економијата), констатирале дека намалувањето на персоналниот данок го зголемуваат БДП во помал износ од износот на даночното намалување. Подоцна, т.е. во 2008 година, Елмендроф и Формен дошле до заклучок дека „... временото намалување на даноците во износ од 1% од БДП, резултира во 1% зголемување на БДП на краток рок, доколку се потрошат 50% од износот на ослободениот доход од даночното намалување, но ако се потрошат 20% од ослободениот доход, ефектот врз БДП ќе биде само 0,3% и дека зголемувањето на владините набавки (владината потрошувачка – Т. Ф.) има повисок ефект врз БДП од перманентните даночни кретења“ (Spilimbergo, Symansky, Blanchard and

Cottarelli, 2008, p.19). Слично на ова, испитувањата за девет земји на ЕУ, со помош на макроекономски модел на Европската комисија, покажале дека мултипликаторот од намалувањето на даноците во првата година изнесува само 0,3 или дури и помалку од тоа, додека, пак, мултипликаторот од владината потрошувачка се движи во распон од 0,3 до 0,7. Други студии покажуваат дека мултипликаторите и од намалувањето на даноците и од зголемувањето на владината потрошувачка се поголеми доколку се упатени кон субјекти со поголема маргинална склоност кон потрошувачка (т.е. кон популација со понизок доход - Spilimbergo, Symansky, Blanchard and Cottarelli, 2008, p.19). Различни и често контроверзни резултати се добиваат и при проценката на фискалните мултипликатори од владините инфраструктурни инвестиции. Тие разлики, во различни земји (Австралија, Канада, Германија, Велика Британија и САД) се движат во ранг од нула до 4. Затоа, авторите констатираат дека, иако фискалните мултипликатори од клучните владини инфраструктурни објекти, во принцип, имаат значајни продуктивни ефекти за приватниот сектор, не постои јасна евиденција дека тие се повисоки од оние на владината потрошувачка. (Spilimbergo, Symansky, Blanchard and Cottarelli, 2008, p. 20). Понатаму, фискалните мултипликатори тендираат да бидат повисоки во поголемите, отколку во помалите земји. На пример, некои испитувања покажуваат дека фискалниот мултипликатор (за период од една година) од намалувањето на директните и на индиректните даноци и фискалниот мултипликатор од буџетските трансфери, се поголеми во Германија во однос на Франција, Италија, Шпанија и Велика Британија, како и дека краткорочниот мултипликатор од владините набавки при неантиципирани шокови, тендираат да бидат поголеми во САД, отколку во Велика Британија, Франција и Белгија итн.итн. (Spilimbergo, Symansky, Blanchard and Cottarelli, 2008, p. 20).

И покрај различните резултати од проценките на фискалните мултипликатори, се добива впечаток дека денес помеѓу економистите сè повеќе преовладува мислењето дека фискалниот мултипликатор придружен со намалувањето на даноците, на долг рок, испорачува поголеми мултипликативни ефекти од фискалниот мултипликатор придружен со зголемувањето на владината потрошувачка. Аргументите за ваквото тврдење можат да се согледаат доколку се следи обратниот правец на дејствување на мултипликаторите (намалувањето на владината потрошувачка и зголемувањето на даноците имаат негативен ефект врз реалниот аутпут) преку процесот на т.н. фискална консолидација, т.е. фискално прилагодување. Ваквите резултати се во спротивност од традиционалното кејнзијанско верување дека мултипликаторот на буџетската потрошувачка е поголем од мултипликаторот од намалувањето на даноците. Економисти кои веруваат дека фискалниот мултипликатор од намалувањето на даноците е поголем од фискалниот мултипликаторот од зголемувањето на буџетската потрошувачка, ваквиот резултат го базираат

на тврдењето дека намалувањето на даноците не ја стимулира само агрегатната побарувачка, туку, преку поттиците за инвестирање и работење, има силни и долгорочни ефекти и врз агрегатната понуда. Ваквото гледиште добро е аргументирано во студијата на Алесина, Фаверо и Гавази. (Пошироко кај Fiti and Tashevska, 2013). Суштински гледано, фискалното приспособување (fiscal adjustments) се сведува на намалување на буџетскиот дефицит и на јавниот долг. Притоа, Алесина, Фаверо и Гавази зборуваат за два пристапа на фискалното прилагодување. (Alesina, Favero, and Giavazzi, 2012): намалување на потрошувачката на владата, т.е. **EB - присман (spending - based - присман)** и зголемување на даноците, т.е. **TB - присман (tax - based - присман)**. Се разбира дека фискалното прилагодување може да се спроведува и преку комбинација на двата пристапа. Она што е значајно во ова испитување е забелешката на авторите дека и двата пристапа, покрај ефектите врз агрегатната побарувачка, имаат значајни ефекти и врз агрегатната понуда. Последново, без сомнение, има значајни импликации и врз висината на фискалните мултипликатори. Пристапот на фискално прилагодување преку намалување на владината (буџетската) потрошувачка, креира позитивни ефекти на страната на агрегатната понуда, во прв ред, преку подобрувањето на бизнис – климата во земјите каде што се спроведува. Имено, најавеното кратење на владината потрошувачка дејствува врз очекувањата на економските субјекти, т.е. ја намалува неизвесноста на инвеститорите и ја зголемува склоноста кон инвестирање – ова е нормално, бидејќи економските субјекти (во конкретниов случај инвеститорите) очекуваат помали буџетски дефицити, пониски стапки на инфлација и пониски каматни стапки. Долгорочно гледано, овој пристап овозможува и пораст на стоките на капитал како резултат на ублажување на последиците од crowding out – ефектот. Пристапот на фискално прилагодување преку зголемувањето на даноците, пак, го намалува поттикот кон инвестирање и креира нарушувања, дисторзии во економијата. Оттука, крајниот заклучок на авторите е дека фискалното прилагодување преку кратење на владината потрошувачка може да биде проследено со благи и краткотрајни рецесии, или дури и без рецесиони нарушувања, додека пристапот на зголемување на даноците води кон пролонгирани и длабоки (deep) рецесии, што фактички упатува на посилено дејство на фискалниот мултипликатор, придружен со промени (во овој случај со зголемување) на даноците.

Во октомври 2010 година, Националното биро за економски истражувања на САД (NBER) ја објави студијата на Етан Илзески, Енрик Мендоза и Карлос Вег под наслов: *Колку се големи (мали) фискалните мултипликатори?* Истражувањето опфаќа 44 земји од кои 20 високоразвиени и 24 земји во развој и е базирано врз користење на иновирани квартални податоци за долг период, наспроти низа други истражувања кои користат статистички податоци на годишна основа.

Анализирајќи поголем број значајни детерминанти на висината на фискалните мултипликатори, авторите заклучуваат дека (Ilzetski, Mensoza and Vegh, 2012, p. 12 – 13):

Степенот на економска развиеност на земјата е критична детерминанта на фискалните мултипликатори. Во ЗВР ефектот од порастот на владината потрошувачка е негативен и статистички незначајно различен од нула – тоа се однесува и за кумулативниот мултипликатор, а во развиените земји е позитивен и статистички значајно различен од нула, додека кумулативниот мултипликатор е позитивен, високоперзистентен и статистички значајно различен од нула за долг период.

Режимот на девизниот курс е, исто така, критична детерминанта на фискалните мултипликатори. Земјите со фиксен девизен курс имаат долгорочни мултипликатори повисоки од 1, а земјите со флексибилен режим на девизен курс имаат негативни мултипликатори врз аутпутот на долг рок.

Отвореноста за тргување е друг критичен фактор што влијае врз висината на фискалните мултипликатори. Во релативно затворените економии, долгорочните мултипликатори се движат околу нула, а во релативно отворените економии се негативни. Притоа, разликите во висината на фискалните мултипликатори помеѓу релативно затворените и релативно отворените економии за тргување се статистички значајни за првите пет години.

Во земјите со *висок јавен долг на централната влада* (над 60% од БДП), фискалниот мултипликатор (импактот врз БДП) е негативен. Анализата покажува дека Мастрихтшкиот критериум во земјите на еврозоната, кои ги обврзува членките на одржување на висината на јавниот долг до 60% од аутпутот, е навистина критична вредност над којашто фискалните мултипликатори имаат негативен импакт врз БДП на долг рок.

Истражувањето потврдува, што е навистина релевантно, дека врз висината на фискалните мултипликатори значајно влијание има и структурата на владината потрошувачка. Така, на пример, мултипликаторот од јавните инвестиции во ЗВР е позитивен и повисок од 1 на долг рок. Дури и во развиените земји, мултипликаторот од владините инвестиции е повисок од оној од владината потрошувачка, но тие разлики, сепак, статистички се незначајни.

Зошто проценките за висината на фискалните мултипликатори се толку различни?

Во современата литература од оваа област, причините за големите разлики во проценката на висината на фискалните мултипликатори се бараат во дејството на голем број фактори. Врз основа на погоре споменатите студии, кои детално ги консултираваме, како и врз основа на

сопствените истражувања во оваа област, преку квалитативна економска анализа, можеме да издвоиме неколку групи фактори кои имаат значајно дејство врз висината на фискалните мултипликатори.

Првата група фактори значајно се поврзани со комплексноста на самата материја за фискалните мултипликатори. Станува збор за мултипликативни ефекти од промените во програмите на јавната потрошувачка, т.е. од промените во висината на даночните стапки кои можат да се простираат во голем број квартали, значи, за мултипликативни ефекти од динамична природа. Оттука, прва работа којашто треба да се расчисти при проценката на фискалните мултипликатори се нивните краткорочни и долгорочни ефекти. Понатаму, искуствата потврдуваат дека фискалните мултипликатори значајно варираат најпрвин во зависност од промената на различните варијабли на фискалната политика – дали се работи за промени во владината потрошувачка воопшто или за промени во одделните компоненти на владината потрошувачка, на пример, промени во набавките врзани за стоки и услуги, промени во масата на јавни инвестиции од инфраструктурен карактер, промени во даночните стапки, а во нивни рамки на оние кои се специфично таргетирани кон популацијата со повисока или со пониска маргинална склоност кон потрошувачка, промени во социјалните трансфери и субвенциите итн. За сите видови буџетска потрошувачка треба посебно да се проценуваат мултипликативните ефекти, т.е. да се проценуваат различните фискални мултипликатори – и краткорочните и долгорочните.

Втората група фактори можеме да ја лоцираме во доменот на методологијата, т.е. на методолошките проблеми врзани за проценката на фискалните мултипликатори. Дискреционата фискална политика има стабилизирачка функција и таа треба да ги ублажува цикличните движења во економијата. Во услови на рецесија, на пример, структурните буџетски дефицити се резултат на зголемените буџетски трошоци на владата, на смалените даночни стапки или, пак, на комбинација на двете мерки. Притоа, нема сомнение дека добро структурирана фискална политика може да има значајни ефекти врз движењето на аутпутот и стабилизацијата на економијата. Но, врз состојбата на економијата којашто, да претпоставиме дека е во рецесија, дејствуваат и голем број други фактори, од кои посебно значајни се автоматските стабилизатори на буџетската политика и поставеноста и реакцијата на монетарната политика, понатаму состојбата на економиите во опкружувањето, релевантните извозни пазари на конкретната земја итн. Оттука, во такви услови, многу е тешко да се разграничат “нето“ ефектите на буџетската експанзија во надминувањето на рецесијата, односно нето ефектите врз реалниот БДП кои се резултат на фискалната политика од оние кои се резултат на дејствувањето на другите фактори. Методите кои се користат за проценка на висината на фискалните мултипликатори се бројни – микро – студии, макро – студии, структурни методи (на пример VAR – методот, структурните макроекономски модели

кои ги користат централните банки и сл.), наративни методи итн. (Spilimbergo, Symansky, Blanchard and Cotarelli, 2008, pp. 17 – 19). Но, споменатите методи не се совршени, а оттука не се совршени и резултатите. Имено, добиените резултати во голема мера зависат од претпоставките врз кои се фундирани моделите – во овој контекст, посебно е значајно какви се претпоставките за маргиналната склоност кон потрошувачка, за начинот на антиципирање на идните економски настани (адаптивни или рационални очекувања), за начинот на дејствување на монетарната политика – дискрециона или базирана врз правила, за брзината на урамнотежување на пазарите (флексибилни или ригидни цени и плати) итн. Ова покажува зошто мултипликативните ефекти врз реалниот аутпут на економијата, дури и од ист тип на фискална интервенција, различните методи, често, различно ги проценуваат. Во овој контекст, во литературата се споменуваат и бројни други проблеми и дилеми од методолошка природа, како на пример: дали владината потрошувачка влијае врз БДП или, пак, БДП влијае врз владината потрошувачка преку автоматските стабилизатори и имплицитните или експлицитните правила врз кои базираат политиките, понатаму дали во анализата да се земат предвид и трошоците за вооружување, или, можеби, да се изостават и сл. (Ilzetski, Mendoza and Vegh, 2012, pp. 4 – 7 – ревидирана верзија на трудот).

Третата група фактори, синтетички гледано, е поврзана со клучните карактеристики на земјите за кои се проценуваат фискалните мултипликатори. Илзетски, Мендоза и Вег нив ги специфицираат на следниов начин: ... „ ефектот на шокот од владината потрошувачка круцијално зависи од клучните карактеристики на земјата, какви што се степенот на развиеност, режимот на девизниот курс, отвореноста за тргување и јавниот долг. Врз основа на иновирани квартални податоци за владината потрошувачка во 44 земји, утврдивме дека (i) ефектот врз аутпутот од порастот на владината потрошувачка е повисок во индустријализираните земји отколку во земјите во развој, (ii) фискалниот мултипликатор е релативно висок во економиите со фиксен девизен курс, но е нула во економиите со флексибилен девизен курс, (iii) фискалниот мултипликатор во отворените економии е помал отколку во затворените економии (iv) фискалниот мултипликатор во високозадолжените земји е негативен“ (Ilzetski, Mensoza and Vegh, 2012, p. 1).

Дали е можно да се утврдат одредени општи законитости за висината на фискалните мултипликатори?

Различните проценки за висината на фискалните мултипликатори кои ги изнесовме погоре, колку и да изгледаат контроверзни и по малку обесхрабрувачки, според нашето мислење, сепак, на површина исфрлаат некои општи законитости за кои креаторите на клучните макроекономски

политики (фискалната и монетарната) треба да водат сметка. Меѓу нив, посебно ќе ги селектираме следниве:

- На краток рок, фискалните мултипликатори од зголемената владина потрошувачка имаат поголем ефект врз реалниот аутпут, додека на долг рок тие ефекти постепено намалуваат, односно се исцрпуваат.
- На долг рок ефектите на фискалните мултипликатори од намалувањето на даноците се позначајни – тие фактички растат по истекот на првата година во текот на следните две години.
- Наспроти традиционалното кејнзијанско гледиште дека фискалните мултипликатори од владината потрошувачка се повисоки од фискалните мултипликатори од намалувањето на даноците, денес сè повеќе се афирмира гледиштето дека долгорочно состојбата е токму обратна, односно дека, на долг рок, ефектите врз реалниот БДП од намалувањето на даноците се повисоки во споредба со оние од зголемувањето на владината потрошувачка. Ваквото гледиште се поврзува со значајното дејство на мултипликаторите од даночните намалувања врз агрегатната понуда.
- Фискалните мултипликатори и од зголемувањето на владината потрошувачка и од намалувањето на даноците се повисоки доколку промените во фискалните варијабли се во корист на слоевите од населението со повисока маргинална склоност кон потрошувачка.
- Фискалните мултипликатори се во тесна врска со структурата на владината потрошувачка и, во принцип, тие се поголеми кај јавните инфраструктурни инвестиции, во споредба со другите видови на владина потрошувачка.
- Фискалните мултипликатори се поголеми кај релативно затворените економии за тргување, односно тие се значително помали кај отворените економии.
- Фискалните мултипликатори се поголеми кај земјите со фиксен девизен курс, односно помали кај земјите со флексибилен девизен курс.
- Фискалните мултипликатори се поголеми кај земјите со релативно низок јавен долг.

Селектирање законитости за движењето на фискалните мултипликатори се потврдуваат во поголем број земји, иако не задолжително кај сите земји и со помош на квантитативните методи на анализа и со помош на наративните, т.е. квалитативните модели на економска анализа, поради што, во трудов ги специфицираме како општи законитости. Отстапувањата од овие законитости кои ги означуваме како општи се разбирливи ако се има предвид фактот дека во низа земји се сретнуваат детерминанти на висината на фискалните мултипликатори кои дејствуваат во различен правец – на пример, ако станува збор за мала и

отворена економија, тие фактори водат кон пониски фискални мултипликатори, но ако, истовремено, земјата има фиксен девизен курс и низок јавен долг, тоа може да детерминира повисоки фискални мултипликатори. Ваквата состојба (комплексноста на проблематиката на фискалните мултипликатори и нивната зависност од истовременото и паралелно дејство на бројни фактори), често, ја намалува вербата на економистите во ефикасноста на фискалните стимули. Во оваа смисла, некои автори ќе констатираат: „Имајќи ја предвид растечката трговска интеграција и прилагодувањето на аранжмани за флексибилни девизни курсеви – посебно на прилагодувањето на режимот на таргетирана инфлација, нашите резултати фрлаат сомнеж врз ефективноста на фискалните стимули. Освен тоа, фискалните стимули можат дури да станат уште послаби и потенцијално негативни во блиска иднина, бидејќи голем број земји сега одржуваат многу високи стапки на јавен долг. Резултатите нудат нова евиденција за значењето на фискално – монетарната интеракција како клучна детерминанта на ефектите на фискалната политика врз БДП“. (Izetski, Mendoza and Vegh, 2012, p. 4).

Наместо заклучок - поуки за Република Македонија

Република Македонија, по 2008 година, ја напушти стратегијата на фискална строгост и почна да креира релативно високи буџетски дефицити (за македонски услови), што резултираше со брзо зголемување на јавниот долг на земјата во последниве неколку години – фактички, само јавниот долг на централната влада во периодот 2008 – 2013 е, речиси, водоен. Ваквата ситуација го зголеми интересот на македонските економисти за ефектите од фискалната експанзија. За жал, кај нас отсутствуют квантитативни истражувања за проценка на висината на фискалните мултипликатори, поради што, во продолжение, ќе се обидеме да дадеме неколку сугестии, фундирани на квалитативна економска анализа, кои креаторите на фискалната политика би требало да ги имаат предвид.

Прво, постојат неколку клучни детерминанти на висината на фискалните мултипликатори (во трудов потенцирани како општи законитости), кои, во случајот на македонската економија, ја проблема-тизираат ефикасноста на фискалната експанзија што Владата ја имплементира по 2008 година. Станува збор за следниве детерминанти:

Неповолна структура на јавната потрошувачка – значаен дел од јавните инвестиции финансирани со креираните буџетски дефицити во последниве неколку години, се непродуктивно потрошени за изградба на административни згради, споменици и сл. Ваквата намена на буџетските дефицити го зголемува јавниот долг, но не обезбедува приходи за негово нормално сервисирање. Фискалните мултипликатори во овој случај се

ниски, па дури и негативни, со оглед на фактот што значаен дел од средствата се одлеаја и завршија во странство.

Република Македонија е отворена економија, со нагласена увозна зависност – овој фактор, исто така, детерминира ниски фискални мултипликатори. Дури и во случајот на градежништвото, значаен дел од директните инпути се увозни, а од странско потекло е и значаен дел од опремата за административните згради – намештај, килими итн.

Влошена состојба на јавниот долг – Р. Македонија, на прв поглед, има релативно мал јавен долг - учеството на јавниот долг на централната влада во БДП изнесува околу 34% и ја рангира земјата во категоријата на ниско до умерено задолжени земји. Но, фактички, долгот е поголем, ако тука се земе предвид задолженоста на единиците на локалната самоуправа и дефицитите на јавните претпријатија, како интегрален дел на јавниот долг. Сепак, проблемот со јавниот долг не произлегува од неговото процентуално учество во БДП, туку од слабата извозна перформанса на македонската економија, којашто веќе создава проблеми со неговото сервисирање. Во ист правец дејствува и непродуктивното трошење на креираните буџетски дефицити, како и неповолните услови за задолжување на земјата на меѓународните финансиски пазари. Сите фактори заедно имаат негативно дејство врз фискалните мултипликатори, бидејќи финансирањето на дефицитите се осигурува со нови задолжувања од домашни и од странски пазари, а службата на долговите, во дел, ги зголемува одливите на средства во странство.

Република Македонија е мала земја со низок доход по глава жител, а овие карактеристики на земјата, според испитувањата и евиденцијата за движењето на фискалните мултипликатори во 44 земји, од кои 24 се земји во развој (Izetski, Mendoza and Vegh, 2012), упатуваат на пониски фискални мултипликатори во однос на големите и развиени земји.

Второ, единствено фиксниот девизен курс е фактор, кој изолирано гледано, дејствува во правец на зголемување на висината на фискалните мултипликатори. Сепак, Р. Македонија може да ја подобри состојбата со фискалните мултипликатори доколку во иднина јавните инвестиции се насочат кон клучни инфраструктурни објекти (патна инфраструктура, железничка инфраструктура, гасификација и сл.), кои имаат поволно дејство врз бизнис – климата на земјата. За одржување на повисоки фискални мултипликатори, значајно е земјата, во иднина, да го задржи ниското даночно оптоварување, што претпоставува фискално прилагодување да се реализира преку намалување на владината потрошувачка, а не преку зголемување на даноците.

Трето, во иднина, експертите од академската заедница, од Министерството за финансии и од НБРМ, треба да се зафатат со проценка на висината на фискалните мултипликатори (од владината потрошувачка воопшто, од владините инфраструктурни инвестиции, од промените во даночните стапки, од социјалните трансфери, од субвенциите во

земјоделството и сл.) во Република Македонија, преку квантитативни истражувања. Без оглед на методолошките проблеми поврзани со проценката на фискалните мултипликатори, тоа не е тешко да се направи, доколку Министерството за финансии, ДЗС и др. институции ја зголемат својата транспарентност и помогнат во оформувањето на неопходната статистичка база за потребите на ова истражување. Добиените податоци, комбинирани со квалитативна економска анализа, би имале голема аналитичка вредност и би помогнале за зголемување на ефикасноста на буџетското трошење.

Користена литература

- Alesina, A., Favero, C. and Giavazzi, F. (2012) "The output effect of fiscal consolidations", August 2012 (трудот е дел од *Growth and Sustainability Policies for Europe (Grasp project (#244725) funded by the European Commission's 7th Framework Programme)*).
- Фити, Т. (2011) *Кејнзијанската економска филозофија – од Кејнс до денешни дни*, изд. МАНУ и Економски факултет, Скопје.
- Fiti, T, and Tashevska B. (2012) "Problems of Fiscal consolidation in the Post-crisis Period - Lessons for the Republic of Macedonia", *Contributions*, Section of Social Sciences, XLIII 1-2, pp. 127 - 149, Macedonian Academy of Sciences and Arts, Skopje.
- Hansen, A. (1953) *A Guide to Keynes*, Mc Graw -Hill Book Company, Inc.
- Ilzetski, E., Mendoza, E., and Végh, C. (2012) *How Big (Small?) Are Fiscal Multipliers?*, National Bureau of Economic Research, Working Paper 16479 – ревидирана верзија.
- Keynes, J. M., (1997) *The General Theory of Employment, Interest and Money*, Prometheus Books, New York.
- Parkin, M. (2012) *Macroeconomics*, Worth Publishers, 2012.
- Romer, C. and Romer David (2010) "The Macroeconomic Effects of Tax Changes: Estimates Based on a New Measure of Fiscal Shocks", *The American Economic Review*, Vol. 100, No. 3, June 2010.
- Samuelson, P. and Nordhaus, W. (2005) *Economics*, Eighteenth Edition, McGraw-Hill International Edition.
- Spilimbergo, A., Symansky, S., Blanchard, O. and Cotarelli, C. (2008) C: *Fiscal Policy for the Crisis*, IMF, Decembar 29, 2008 SPN / 08 / 01.
- Uhlig, H. (2010) "Understanding The Impact of Fiscal Policy: Some Fiscal Calculus", *The American Economic Review*, Vol. 100, No. 2, May 2010.

FISCAL MULTIPLIERS IN THE POST-CRISIS PERIOD

Acad. Taki Fiti

Summary

The analysis in this paper confirms that: (1) fiscal multipliers are a complex topic, since the multiplier effects from changes in fiscal policy variables are dynamic and stretched over the short and the long run; (2) the large differences in the assessment of the size of fiscal multipliers for different countries, and even for the same countries and same components of government spending, are determined firstly by methodological problems, i.e. deficiencies in the quantitative and qualitative methods of assessment of multipliers, and by the difficulties in distinction of the “net effects” of fiscal expansion or restriction on real output from the effects of other factors – fiscal policy automatic stabilizers, the monetary regime and the reaction of monetary authorities etc.; (3) there are numerous determinants of the size of fiscal multipliers, of which the following prove to be the most important: the structure of government spending, the country size and level of development, the country’s openness to trade and its import dependence, the exchange rate regime and the public indebtedness; (4) in the modern economic literature, contrary to the traditional view, there is an increasing prevalence of the argument that fiscal multipliers of tax cuts are larger than fiscal multipliers of government spending increases, primarily due to the significant positive effects of tax cuts on aggregate demand; (5) several key determinants of fiscal multipliers seriously make the efficiency of the fiscal expansion in the Macedonian economy in the period after 2008 more difficult: the unfavourable structure of the budget spending (unproductive public investments), small and open economy with low income and pronounced import dependence and deterioration of the public indebtedness; (6) Macedonia can improve the situation with the fiscal multipliers if future public investments are directed toward crucial infrastructure objects (road infrastructure, rail infrastructure, gasification etc.), which have a beneficial impact on the business climate in the country, and also, if in the future, the government does not reach for tax increases and it enhances the analytical tools for assessment of the effects of budget spending – this assumes an initiation and realization of a project for assessment of the size of separate fiscal multipliers.

Key words: *fiscal stimulus, fiscal multipliers, determinants of fiscal multipliers, efficiency of the components of government spending.*

**ВЕРУВАЊАТА НА
СТУДЕНТИТЕ
ВО ВРСКА
СО ЕКОНОМСКАТА
ПРОПАГАНДА ВО
МАКЕДОНИЈА**

УДК: 659.13/.16-
057.87:303.62(497.7)

Анита Циунова-Шулеска

Апстракт

Економската пропаганда е подрачје каде постојат дијаметрално спротивни гледишта за нејзината улога во општеството. Од една страна се луѓето кои веруваат дека економската пропаганда е многу важна, а од друга страна се оние кои веруваат дека таа е манипулативна и непотребна. Целта на овој труд е да се анализираат верувањата на младите луѓе во врска со економската пропаганда преку испитување на нивното мислење за улогата на економската пропаганда во денешни услови на живеење. ANOVA тестот покажа статистички значајни разлики во мислењата на студентите од машки и женски пол за три од четирите тврдења, како и во мислењата на студентите од втора и четврта година на студии исто така за три од четирите тврдења за економската пропаганда. Резултатите од истражувањата даваат корисни информации за маркетинг-агенциите, маркетинг-менаџерите и владините институции при дизајнирање на нивните маркетинг-стратегии, односно владини политики.

Клучни зборови: *економска пропаганда, верувања, пол, година на студирање.*

Вовед

Промоцијата е највидливиот инструмент на маркетинг-миксот кој предизвикува интерес кај научната и кај стручната јавност уште од многу одамна. Најголем дел од истражувањата поврзани со економската пропаганда како интегрален дел на промоцијата се фокусираат на: генералните верувања за економската пропаганда (Shavitt, Lowrey and Haefner, 1998; Tan and Chia, 2007); меѓукултурните перцепции за

економската пропаганда (Andrews, Lysonski, Durvasila, 1991; Yoon, 1995; Yoon, Muehling and Cho, 1996; Ying and Shaojing, 2010), а во поново време голем интерес предизвикува и анализата на верувањата и ставовите на луѓето спрема економската пропаганда преку интернет (Yang, 1997; Wang, Sun, Lei and Toncar, 2009; Mahmoud, 2012; Azeem, 2012). Исто така голем е бројот на автори кои ги истражуваат верувањата и ставовите за економската пропаганда на студентите како посебен сегмент. (Haller, 1974; Dubinsky and Hensel, 1984; Andrews, Lysonski and Durvasila, 1991; Pollay and Mittal, 1993)

Ова истражување има две цели: 1) да открие дали постојат разлики помеѓу студентите од различен пол во поглед на верувањата во врска со економските ефекти од економската пропаганда, во поглед на верувањата во врска со социјалните аспекти на економската пропаганда (неприкажување на вистинските податоци за производот/компанијата), во поглед на верувањата во врска со забавната страна на економската пропаганда и во поглед на верувањето дека економската пропаганда треба да се контролира и да се регулира од страна на државните органи и 2) да открие дали постојат разлики помеѓу студентите од втора и од четвртата година на студии во поглед на верувањата за економските и за социјалните аспекти на економската пропаганда (неприкажување на вистинските податоци за производот/компанијата), во поглед на верувањата во врска со забавната страна на економската пропаганда и во поглед на верувањето дека економската пропаганда треба да се контролира и да се регулира од страна на државата.

1. Преглед на литература

Coulter, Zaltman and Coulter (2001) укажуваат на три главни ефекти/употреби на економската пропаганда: економски, социјални и персонални. Ling, Piew and Chai (2010) ги анализираат мислењата за економската пропаганда преку четири аспекти на економската пропаганда: кредибилитет, информативни аспекти на економската пропаганда, хедонизам/уживање во економско-пропагандните пораки и економската улога на економската пропаганда во општеството. Ashill and Yavas (2005), пак, истражуваат три детерминанти на ставовите кон економската пропаганда: контрола, верување во она што се презентира преку економската пропаганда и влијание врз економијата. Zhang and Wang (2005), пак, ги анализираат: забавната страна на економската пропаганда, информативната страна на економската пропаганда, иритацијата што се јавува како резултат на изложеноста на економско-пропагандни пораки, кредибилитетот на економската пропаганда и интерактивноста која може да се генерира и да се одржува преку економската пропаганда.

Стојалиштата во врска со економските ефекти на економската пропаганда се движат од позитивни преку неутрални, па до негативни

стојалишта. Истражувањето на економските ефекти на економската пропаганда се однесува на верувањето дека економската пропаганда е неопходност, дека е добра за економскиот развој и дека придонесува за постигнување поголем животен стандард, при што дел од истражувањата укажуваат на поволни мислења на испитаниците (Reid and Soley, 1982; Muehling, 1987; Ashill and Yavas, 2005), но дел укажуваат и на неутрални мислења по ова прашање (Pollay and Mittal, 1993; Andrews, Durvasula and Netemeyer, 1994). Исто така, во досегашните истражувања економската улога на економската пропаганда е истражувана и преку нејзиното влијание врз нивото на конкуренција и врз цените на производите, при што и тука резултатите варираат од поволни во однос на нивото на конкуренција (Muehling, 1987; Reid and Soley, 1982) до поволни (Ling, Piew and Chai, 2010) и помалку поволни мислења во однос на влијанието врз цените (Muehling, 1987; Andrews, Durvasula and Netemeyer, 1994). Економските ефекти од економската пропаганда се однесуваат на способноста на испраќачите на пораката (огласувачите) да ѝ дадат на публиката точни и доверливи информации за производите (Petrovici et al., 2007). Tan and Chia (2007), Munusamy and Wong (2007) и Wang et al. (2009) заклучиле дека постои позитивна врска помеѓу ставот “економската пропаганда е добра за економијата” и генералните ставови на купувачите спрема економската пропаганда.

Личната употреба на економската пропаганда се однесува на користењето на економската пропаганда како извор на информации за производите, личната улога во општеството и животниот стил и на користењето на економската пропаганда како извор на забава и уживање (Coulter, Zaltman and Coulter, 2001). И по ова прашање резултатите од истражувањата се различни од оние дека економската пропаганда не е доверлив извор на информации (Barksdale and Perreault, 1980; Barksdale et al., 1982), па до истражувањата кои тврдат дека испитаниците гледаат на економската пропаганда како на добар извор на информации (Pollay and Mittal, 1993; Calfee and Ringold, 1994; Shavitt, Lowrey and Haefner 1998). Забавната страна на економската пропаганда е исто така предмет на бројни истражувања. Истражувањата на Pollay and Mittal (1993), Calfee and Ringold (1994) и Shavitt, Lowrey and Haefner (1998) потврдуваат дека луѓето ја воочуваат и забавната улога на економската пропаганда кон која имаат претежно позитивни ставови. Според Shavitt, Lowrey and Haefner (1998) чувството на забава, креирана преку економско-пропагандните пораки, има најголемо влијание врз вкупните ставови спрема економската пропаганда.

Социјалните (општествените) аспекти на економската пропаганда се однесуваат на можноста/неможноста да се претстави производот во вистинско светло (создавање лажна слика за производот), на поттикнувањето на материјализмот преку економската пропаганда и на влијанието на економската пропаганда врз изместувањето на општествените вредности преку создавањето стереотипи и преку

промовирање на општествено непожелно однесување (Pollay and Mittal, 1993; Wills and Ryans, 1982; Coulter, Zaltman and Coulter, 2001). Истражувањата на Andrews (1989) покажуваат дека студентите имаат критички ставови спрема социјалните ефекти на економската пропаганда, додека економските ефекти ги перцепираат позитивно.

Контролните аспекти во економската пропаганда се исто така анализирани од страна на бројни автори (Cohen, 1974; Mizerski, Allison and Calvert, 1980; Russo, Metcalf and Stephens, 1981). Ashill and Yavas (2005) контролните аспекти на економската пропаганда ги разгледуваат како посебна група фактори. Тие откриле дека верувањето дека е потребна контрола и регулација на економската пропаганда има големо влијание (заедно со доверливоста на економската пропаганда) врз вкупните ставови на луѓето за економската пропаганда.

Предмет на анализа на овој труд, покрај економското влијание, социјалното влијание на економската пропаганда, потребата за регулација и улогата на економската пропаганда во информирањето за производот/компанијата е и влијанието на полот и годината на студии врз верувањата на студентите за четирите аспекти на економската пропаганда.

Истражувањето на Darley and Smith (1995) покажува дека мажите се разликуваат од жените во процесуирањето на информациите, пренесени преку економската пропаганда. Истражувањата, пак, на Wolin and Korgaonkar (2005) покажуваат дека постојат значајни разлики помеѓу мажите и жените во нивните верувања и ставови за економската пропаганда. Richins (1991) открил дека студентите од женски пол сметаат дека економската пропаганда е важна во прибирањето информации за модата и производите за лична нега и козметика. Zhou, Zhang, and Vertinsky (2002) откриле дека жените повеќе од мажите сметаат дека економско-пропагандните пораки се информативни и дека жените повеќе ги користат информациите од економско-пропагандните пораки при донесувањето одлука за купување. Според Shavitt, Lowrey and Haefner (1998) мажите имаат поповолни верувања спрема економската пропаганда. Според Wolin and Korgaonkar (2005) ставовите спрема онлајн економската пропаганда на мажите се поповолни од оние на жените. Според Mahmoud (2012) мажите имаат попозитивни верувања и ставови спрема економската пропаганда преку интернет, отколку жените, пред сè во поглед на улогата на економската пропаганда во “информирањето”, “социјалната улога”, “искривувањето на вредностите” и “претставувањето на погрешна слика за производот/компанијата”.

Врз основа на погоре изнесеното се дефинираа следниве истражувачки хипотези:

X1: Постои статистички значајна разлика во верувањето дека економската пропаганда е добра за економијата помеѓу студентите од машки и од женски пол.

X2: Постои статистички значајна разлика во верувањето дека активностите на економската пропаганда треба да се контролираат помеѓу студентите од машки и од женски пол.

X3: Постои статистички значајна разлика во верувањето дека економската пропаганда е доверлив извор на информации за производот/компанијата што се рекламира помеѓу студентите од машки и од женски пол.

X4: Постои статистички значајна разлика во верувањето дека економската пропаганда е забавна и интересна помеѓу студентите од машки и од женски пол.

Истражувањата на Pollay and Mittal (1993) покажуваат дека студентите имаат поповолни мислења за економската пропаганда во поглед на социјалните ефекти и креирањето на животниот стил отколку мислењата на возрасните луѓе. Според Dubinsky and Hensel (1984) потребата за осознавање на перцепциите на студентите за економската пропаганда произлегува од фактот што студентите (особено студентите на маркетинг студии) се идните вработени во маркетингот. Од друга страна, студентите претставуваат значаен пазарен сегмент кон кој се насочуваат активностите на економската пропаганда (Haller, 1974). Според Beard (2003) студентите имаат генерално позитивни или неутрални ставови за економската улога и за последиците од економската пропаганда, не се сложуваат дека економската пропаганда треба да биде повеќе регулирана и сметаат дека економската пропаганда дава погрешни и недоволни информации за производот. Zhou, Zhang and Vertinsky (2002) откриле дека помладите купувачи и оние кои имаат повисоко ниво на образование имаат попозитивни верувања и ставови за економската пропаганда.

X5: Постои статистички значајна разлика во верувањето дека економската пропаганда има позитивно влијание врз економијата помеѓу студентите од втора и од четврта година на студии.

X6: Постои статистички значајна разлика во верувањето дека активностите на економската пропаганда треба да се контролираат помеѓу студентите од втора и од четврта година на студии.

X7: Постои статистички значајна разлика во верувањето дека економската пропаганда е доверлив извор на информации за производот/компанијата што се рекламира помеѓу студентите од втора и од четврта година на студии.

X8: Постои статистички значајна разлика во верувањето дека економската пропаганда е забавна и интересна помеѓу студентите од втора и од четврта година на студии.

2. Методологија на истражувањето

Прашалникот, користен во истражувањето, се состои од два дела. Првиот дел се однесува на демографските карактеристики на испитаниците, додека вториот се однесува на верувањата на испитаниците за улогата на економската пропаганда. Демографските прашања се прашања за полот и за годината на студирање, додека втората група прашања опфаќа 4 тврдења за економската пропаганда, преземени и прилагодени на потребите на ова истражување од прашалниците користени од страна на Ramaprasad (2001), Ling, Piew and Chai (2010) и Ashill and Yavas (2005). Овие 4 тврдења се испитуваа преку Ликертова скала со 5 степени каде 1 значеше целосно не се согласувам со тврдењето, додека 5 значеше целосно се согласувам со тврдењето. Всушност, на испитаниците им беше даден прашалник со вкупно 6 прашања, при што се користеше пригоден (конвенционален) примерок. Пред почетокот на одговарањето на прашањата, на испитаниците им беше објаснето дека се оценуваат нивните верувања за економската пропаганда, без разлика на тоа дали се работи за економска пропаганда на телевизија, на радио, во весници и списанија, надворешно рекламирање, интернет рекламирање, односно без разлика на тоа кој медиум за пренесување на пораката се користи.

Табела бр. 1. Тврдења користени во прашалникот

Ред.бр.	Тврдења	Преземено и прилагодено од
1	Економската пропаганда го помага економскиот развој	Ramaprasad (2001)
2	Економско-пропагандните пораки ја претставуваат вистинската слика за производот	Ramaprasad (2001)
3	Економско-пропагандните пораки треба да се регулирани и контролирани од страна на државата (пред сè оние што се насочени кон децата, за цигари, алкохол)	Yavas, Ashill (2005)
4	Економско-пропагандните пораки се забавни и интересни	Ling, Piew and Chai (2010)

Како што може да се види од табела бр. 1 верувањата на студентите кои студираат бизнис-дисциплини на Економскиот факултет во Скопје во врска со улогата на економската пропаганда се анализираа преку поставување на 4 прашања за улогата на економската пропаганда во развојот на економијата (економска улога), потребата од контрола на активностите на економската пропаганда насочени кон децата и пропагандните активности за цигари, алкохол итн. (контрола), верувањата дека економската пропаганда пренесува точни информации за производите

и за компанијата (веродостојност и кредибилитет), како и прашање поврзано со верувањето дека економско-пропагандните пораки се забавни и интересни (забавна страна на економската пропаганда).

Примерокот се состои од 145 испитаници - студенти на Економскиот факултет во Скопје од втора и од четврта година на студии на бизнис дисциплини. Стапката на одговор (добиени комплетни одговори – 148, наспрема дистрибуирани прашалници - 150) е 98,7%. Од добиените одговорени прашалници, поради некомплетност на одговорите 3 прашалници беа елиминирани од анализата, што значи дека вкупно беа анализирани одговорите на 145 испитаници. Демографскиот профил на испитаниците е претставен во табела бр.2.

Табела бр.2. Демографски карактеристики на примерокот

	N	%
Вкупно	145	100
<i>пол</i>		
машки	62	42,8
женски	83	57,2
<i>година на студии</i>		
втора	76	52,4
четврта	69	47,6

Анализата на податоците се направи преку пресметка на Cronbach Alpha – коефициентот за да се докаже постојаноста на прашалникот и преку примена на ANOVA тестот за да се воочат разликите во одделните тврдења помеѓу студентите од машки и од женски пол и помеѓу студентите од втора и од четврта година на студии.

3. Анализа на податоците

Со користење на SPSS најпрво се пресмета Cronbach Alpha – коефициентот. Вкупната постојаност на прашалникот, односно интерната конзистентност е 0,701. Постојаноста на прашалникот користен во истражувањето е над препорачаното ниво од 0,6 (Hair et al., 2006).

Разликите по четирите тврдења (во поглед на полот и годината на студии) се утврдија со примена на ANOVA, при што $p < 0.05$ беше земено како основа за утврдување дали постојат статистички значајни разлики или не.

Табела бр.3. Разлики во поглед на тврдењата во врска со економската пропаганда помеѓу студентите од машки и од женски пол

Ред.бр.	прашања	средни вредности за целиот примерок	машки		жемски		ANOVA p value
			mean	SD	mean	SD	
1	Економската пропаганда го помага економскиот развој	3,33	3,290	0,912	3,361	1,089	0,678
2	Економско-пропагандните пораки насочени кон децата, за цигари, алкохол итн. треба да се построго регулирани и контролирани од страна на државата	3,27	2,758	0,881	3,651	0,916	0,000
3	Економско-пропагандните пораки ја претставуваат вистинската слика за производот	2,95	2,710	0,876	3,133	0,947	0,007
4	Економско-пропагандните пораки се забавни и интересни	2,94	2,355	0,770	3,398	0,855	0,000

ANOVA тестот покажа статистички значајни разлики ($p < 0.05$) помеѓу студентите од женски и од машки пол во мислењата за три од четирите тврдења поврзани со економската пропаганда. Имено, студентите од машки и од женски пол се разликуваат во поглед на нивното мислење во врска со регулирањето и контролирањето на економско-пропагандните пораки насочени кон децата, за алкохол, цигари итн. од страна на државата, при што студентите од машки пол се помалку согласни дека економско-пропагандните пораки треба повеќе да се контролираат, за разлика од студентите од женски пол кои сметаат дека пораките треба да бидат построго регулирани и контролирани. Со ова се потврди хипотезата H_2 . Статистички значајни разлики помеѓу студентите од машки и од женски пол постојат и во поглед на мислењето дека економско-пропагандните пораки ја претставуваат вистинската слика за производот, со што се потврди хипотезата H_3 . Студентите од женски пол повеќе сметаат дека преку пораките се претставува производот во вистинско светло, за разлика од студентите од машки пол кои помалку веруваат дека економско-пропагандните пораки ја претставуваат вистинската слика за производот. Исто така, статистички значајни разлики помеѓу студентите од машки и од женски пол постојат и во поглед на верувањето дека економско-пропагандните пораки се забавни и интересни, со што се потврди хипотезата H_4 . Со тоа се покажа дека студентите од женски пол повеќе уживаат во забавната страна на пораките, во споредба со студентите од машки пол. Студентите од машки и од женски пол статистички не се

разликуваат во поглед на нивните верувања дека економската пропаганда позитивно влијае на економскиот развој, со што хипотезата H1 се отфрли. Студентите од женски пол имаат натпросечни верувања (во споредба со просекот на целиот примерок) дека економската пропаганда го потпомага економскиот развој на земјата (Табела бр.3).

Табела бр.4. Разлики во поглед на тврдењата во врска со економската пропаганда помеѓу студентите од втора и од четврта година на студии

Ред.бр.	прашања	средни вредности за целиот примерок	втора година на студии		четврта година на студии		ANOVA p value
			mean	SD	mean	SD	
1	Економската пропаганда го помага економскиот развој	3,33	2,645	0,844	4,087	0,535	0,000
2	Економско-пропагандните пораки насочени кон децата, за цигари, алкохол итн. треба да се построго регулирани и контролирани од страна на државата	3,27	3,092	0,982	3,464	0,994	0,025
3	Економско-пропагандните пораки ја претставуваат вистинската слика за производот	2,95	2,671	0,915	3,261	0,869	0,000
4	Економско-пропагандните пораки се забавни и интересни	2,94	2,816	0,920	3,101	1,002	0,076

Од табела бр. 4 може да се забележи дека постојат статистички значајни разлики помеѓу студентите од втора и од четврта година на студии за три од четирите тврдења во врска со економската пропаганда. Имено, студентите од втора и од четврта година на студии се разликуваат во поглед на верувањата дека економската пропаганда го помага економскиот развој, дека економско-пропагандните пораки насочени кон децата, за алкохол, цигари итн. треба да се построго регулирани и контролирани од страна на државата и дека економско-пропагандните пораки ја претставуваат вистинската слика за производот ($p < 0,05$). Имено, студентите од четврта година на студии се повеќе убедени дека економската пропаганда го помага економскиот развој, отколку студентите од втора година на студии. Исто така, студентите од четврта година се повеќе убедени дека економско-пропагандните пораки насочени кон децата, за цигари, алкохол и друго треба построго да се регулираат и контролираат, во споредба со студентите од втора година на студии. Студентите од четврта година на студии се повеќе убедени дека

економско-пропагандните пораки ја претставуваат вистинската слика за производот, за разлика од студентите од втора година на студии што може да се објасни со знаењето за економската пропаганда и за маркетингот воопшто, како и со знаењето во врска со потребата од етичко однесување при креирање на пораките, стекнато во текот на нивното академско образование. Со тоа се потврдија хипотезата Х5, хипотезата Х6 и хипотезата Х7. Студентите од втора и од четврта година на студии сметаат дека пораките се забавни, интересни и креативни и по тоа прашање нема статистички значајни разлики помеѓу нив, поради што хипотезата Х8 се отфрли (Табела бр.4).

Заклучок

Трудот ги анализира мислењата на младите луѓе, односно на студентите, за улогата на економската пропаганда и потребата за нејзино посторого регулирање и контролирање од страна на државата. Резултатите од истражувањето даваат важни информации за медиумите кои се директно вклучени во испраќањето на пораките до целиот аудиториум, како и до маркетинг-агенциите и профитно ориентираните претпријатија кои се вклучени, како во креирањето, така и во испраќањето на пораките преку медиумите. Истражувањето дава солидна основа за дефинирање на соодветни стратегии за креирање на позитивни верувања за економската пропаганда. Како дел од напорите за креирање поволни верувања за економската пропаганда се јавуваат: 1) користење на економско-пропагандните пораки заради прикажување на производите и услугите онакви какви што се, зашто по тоа прашање испитаниците имаат најмала согласност, односно најголема недоверба, 2) поттикнување на креативноста, возбудата, користење на елементот на изненадување итн. при дизајнирање и испраќање на пораките, со цел да се подобри постојното мислење дека економско-пропагандните пораки се интересни и забавни, 3) објаснување на аудиториумот за улогата на економската пропаганда во поттикнувањето на економскиот развој, зголемување на понудата и информирањето на купувачите и 4) посветување на поголемо внимание на регулирањето на емитувањето на пораките наменети за децата, пораките каде се рекламираат цигари, алкохол итн. Резултатите од ова истражување даваат солидна основа и за владините институции при креирањето на законски решенија во врска со економската пропаганда.

Главниот лимитирачки фактор во ова истражување е релативно малиот примерок изразен во апсолутни бројки. Во иднина, вклучувањето на поголем број испитаници, вклучувањето не само на студенти, туку и на повозрасни испитаници, како и вклучувањето на други тврдења, поврзани со економската пропаганда, може да биде добар начин за подетално разбирање на верувањата за економската пропаганда кај граѓаните во

Македонија. Исто така, наместо конвенционален (пригоден) примерок, може да се примени примерок кој се базира на теоријата на веројатноста, заради добивање на повалидни резултати кои ќе овозможат генерализирање на истражувањето на поголема популација. Со оглед на различните карактеристики на одделните медиуми, авторот верува дека правењето на посебни истражувања за економската пропаганда преку телевизија, за економската пропаганда преку радио, преку интернет итн., може да биде од голема корист во иднина.

Користена литература:

- Andrews, C.J. (1989), „The Dimensionality of Beliefs Toward Advertising in General“, *Journal of Advertising*, Vol.18, No.1, pp.26-35.
- Andrews, J., Durvasula, S. and Netemeyer, R.G. (1994), „Testing the Cross-National Splicability of U.S. and Russian Advertising Belief and Attitude Measures“, *Journal of Advertising*, Vol. 23, pp. 71-82.
- Andrews, J., Lysonski, S. and Durvasula, S., (1991), „Understanding Cross-Cultural Student Perceptions of Advertising in General: Implications for Advertising Educators and Practitioners“, *Journal of Advertising*. Vol. 20 Issue 2, pp.15-28.
- Ashill, N.J. and Yavas, U. (2005), „Dimensions of Advertising Attitudes: Congruence between Turkish and New Zealand Consumers“, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol.23 Issue 4, pp.340-349.
- Azeem, A., (2012), „Perception towards Internet Advertising: A Study With Reference to Three Different Demographic Groups“, *Global Business & Management Research*,. Vol. 4 Issue 1, pp.28-45.
- Barksdale, H.C. and Perreault, W.D. (1980), „Can Consumers be Satisfied?“, *MSU Business Topics*, Vol.28, pp.19-30.
- Barksdale, H.C., Arndt, J., Barnhill, J.A., French W.A., Halliday, M. and Zif, J. (1982), „A Cross-National Survey of Consumer Attitudes Towards Marketing Practices, Consumerism and Government Regulations“, *Columbia Journal of World Business*, Vol.17, pp.71-86.
- Beard, F.K. (2003), „College Student Attitudes Toward Advertising's Ethical, Economic, and Social Consequences“, *Journal of Business Ethic*, Vol. 48 Issue 3, pp. 217-228.
- Calfée, J.E. and Ringold, D.J. (1994), „The 70% Majority: Enduring Consumer beliefs About Advertising“, *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol.13, pp.228-248.
- Cohen, D. (1974), „The Concept of Unfairness as It Relates to Advertising Legislation“, *Journal of Marketing*, 38, pp. 8-13.
- Coulter, R.A., Zaltman, G., and Coulter K.S (2001), „Interpreting Consumer Perceptions of Advertising: An Application of the Zaltman Metaphor Elicitation Technique“, *Journal of Advertising*, Vol.30, Issue 4, pp. 1-21.
- Darley, W.K. and Smith, R. E. (1995), „Gender Differences in Information Processing Strategies: An Empirical Test of the Selectivity Model in Advertising Response“, *Journal of Advertising*, Vol. 24 Issue 1, pp. 41-56.

- Dubisnky, A. and Hensel, P. (1984), „Marketing student attitudes toward advertising: implications for marketing education“, *Journal of Marketing Education*, Vol.6, No.2, pp.22-26.
- Haller, T.F. (1974), „What Students Think of Advertising“, *Journal of Advertising Research*, Vol.14, pp.33-38.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R.L. (2006). *Multivariate Data Analysis*. NJ: Prentice Hall.
- Ling, K.C., Piew, T.H. and Chai, L.T (2010), „The Determinants of Consumers' Attitudes towards Advertising“, *Canadian Social Science*, Vol.6, No.4, pp.114-126.
- Mahmoud, A.B. (2012), „The Role of Gender in Syrian Consumers' Beliefs about and Attitudes towards Online Advertising“, *European Journal of Economics, Finance & Administrative Sciences*. Issue 47, pp. 90-99.
- Mizerski, R.W., Allison, N.K. and Calvert, S. (1980), „A Controlled Field Study of Corrective Advertising Using Multiple Exposures and a Commercial Medium“, *Journal of Marketing Research*, 17, pp. 341-8.
- Muehling, D. (1987) An Investigation of factors underlying attitude-toward-advertising-general, *Journal of Advertising*, No.1, pp. 32-40.
- Munusamy, J. and Wong, C.H. (2007): Attitude towards Advertising among Female College Students at Private Higher Learning Institutions in Selangor, *UniTAR e-Journal*, Vol. 3(1): pp. 31-51.
- Petrovici, D., Marinova, S., Marinov, M. and Lee, N. (2007), „Personal uses and perceived social economic effects of advertising in Bulgaria and Romania“, *Journal of International Marketing Review*, Vol. 24, No. 5, pp. 539-562.
- Pollay, R.W. and Mittal, B. (1993), „Here's the Beef: Factors, determinants and Segments in the Consumer Criticism of Advertising“, *Journal of Marketing*, Vol. 57, pp. 99-114.
- Ramaprasad, J. (2001), „South-Asian Students; Beliefs About and Attitude Toward Advertising“, *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, Vol.23, No.1, pp. 55-70.
- Reid, L. and Soley, L. (1982), „Generalized and personalized attitudes toward advertising's social and economic effects“, *Journal of Advertising*, Vol.11 Issue 3, pp. 3-7.
- Richins, M. (1991), „Social Comparison and the Idealized Images of advertising“, *Journal of Consumer Research*, Vol. 18, pp.71-83.
- Russo, J. E., Metcalf, B.L. and Stephens, D. (1981), „Identifying Misleading Advertising“, *Journal of Consumer Research*, Vol. 8, No. 2, pp. 119-131.
- Shavitt, S., Lowrey, P. and Haefner, J. (1998), „Public attitudes toward advertising: More favorable than you might think“, *Journal of Advertising Research*, Vol. 38, No. 4, pp. 7-22.
- Tan, S. J. and Chia, L. (2007). Are we measuring the same attitude? Understanding media effects on attitude towards advertising, *Marketing Theory*, Vol. 7 No. 4 pp. 353-357.
- Wang, Y., Sun, S., Lei, W. and Toncar, M. (2009), „Examining beliefs and attitudes toward online advertising among Chinese consumer“, *Journal of International Direct Marketing*, Vol. 3, No. 1, pp. 52-66.
- Wills, J.R. and Ryans, J.K. (1982), „Attitudes Toward Advertising: A Multinational Study“, *Journal of International Business*, Vol. 13, pp.121-131.

- Wolin, L. D. and Korgaonkar, P. (2005), „Web Advertising: Gender Differences in Beliefs, Attitudes, and Behavior“, *Journal of Interactive Advertising*, Vol. 6, No.1, pp. 125-136.
- Yang, C.C. (1997), „An exploratory study of the effectiveness of interactive advertisements on the Internet“, *Journal of Marketing Communication*, Vol. 3 No.2, pp. 61-85.
- Ying, W. and Shaojing, S. (2010), „Modeling online advertising: A cross-cultural comparison between China and Romania“, *Journal of Marketing Communications*, Vol. 16, No. 5, pp. 271-285.
- Yoon, K. (1995), „Comparison of beliefs about advertising, attitude toward advertising, and materialism held by African Americans and Caucasians“, *Psychological Reports*, Vol. 77, No. 2, pp. 455-466.
- Yoon, K., Muehling, D. and Cho, H. (1996), „A comparison of Korean and American attitudes toward advertising“, *Journal of Marketing Communications*, Vol. 2, No. 4, pp. 231-245.
- Zhang, P. and Wang, C. (2005), „An empirical study on consumer’s perceived value and attitude toward advertising“, Proceedings of the 6 th Global Information Technology and Management (GITM) World Conference, June 5-7, 2005, Anchorage, Alaska (available at > http://melody.syr.edu/pzhang/publications/GITM_05_Zhang_Wang_WebAd.pdf accessed at 19.04.2013).
- Zhou, D., Zhang, W. and Vertinsky, I. (2002), „Advertising trends in Urban China“. *Journal of Advertising Research*, Vol. 42, pp. 73-81.

STUDENTS’ BELIEFS ABOUT ADVERTISING IN MACEDONIA

Anita Ciunova-Shuleska, Ph.D.

Abstract

Advertising is a field with diametrical opinions among the people. On one hand there are people who believe that advertising is very important in the society, and on the other hand there are people who believe that advertising is manipulative and pointless. The aim of this paper is to analyze the beliefs of young people in Macedonia about advertising and its role in the society. ANOVA test showed significant gender differences in three of four statements regarding the need for control of advertising, the role of the message in creating real picture of the product and regarding fun and creative side of advertising. Also significant differences among students from second and fourth year of study were found in three of four statements regarding the role of advertising in the economy, the need for bigger control and regulation in delivery of ads aimed towards kids, for cigarettes, alcohol etc. and regarding the beliefs that products and services in the ads are presented in “real light”. The results provide

valuable information for advertising agencies, marketing managers and governmental institutions when designing their marketing strategies i.e. governmental policies.

Key words: *advertising, beliefs, gender, year of study.*

THE INTERACTIONS BETWEEN MONETARY AND FISCAL POLICY: A SURVEY

Goran Petrevski Ph.D.

Abstract

This paper surveys the theoretical and empirical literature on the coordination between monetary and fiscal policies. Recently, theoretical literature has been dominated by the Fiscal theory of the price level, which argues that fiscal policy plays at least equal role in the conduct of stabilization policy. Similarly, the game-theoretic approach appeals for a close coordination between the two policies, showing that the lack of coordination may result in over-reaction of the individual policy makers with suboptimal economic outcomes. Recently, the Global crisis has emphasized the ineffectiveness of traditional monetary policy tools with a strong message that, in deep recessions, part of the stabilization burden must be borne by fiscal policy. Yet, massive fiscal stimuli implemented throughout the world have raised some serious concerns about their macroeconomic consequences in the medium-term due to the sustainability of public debt, the crowding-out effects, and the behaviour of Ricardian economic agents.

Key words: *monetary policy, fiscal policy, coordination.*

Introduction

After the World War II, the Keynesian theory granted the fiscal policy a central role in the macroeconomic policy. Within this framework, fiscal expansion (increasing expenditures and reducing taxes) has positive effects on output via its effect on the aggregate demand. Accordingly, during 1950s and 1960s, policy makers relied on government expenditures and taxes in the conduct of stabilisation policy. In late 1960s, monetary policy emerged as a policy instrument of equal importance and monetary and fiscal policy were used simultaneously on achieving internal and external balance. Later on, given that fiscal policy played the major role in the stabilisation policy in the post-war

period, the stagflation in 1970s was a strong argument against the use of fiscal policy for stabilisation purposes. Therefore, since 1980s, fiscal policy has been downgraded and monetary policy has become the main policy instrument for several reasons, ranging from the Ricardian equivalence through the role of expectations up to the long decision and implementation lags and political constraints (Taylor, 2000 and 2009; Calmfors, 2003; Blanchard et al., 2010).

On the other hand, two major economic episodes have provoked a growing interest in the stabilisation role of fiscal policy: the creation of the European Monetary Union (EMU) and the Global Financial and Economic Crisis. In the former case, since individual countries cannot adjust interest rates and exchange rates for stabilisation purposes, national fiscal policies are the only available instrument for stabilising output especially in the presence of country-specific demand shocks (for instance, see Bryson, 1993; Beetsma et al., 2001; and Calmfors, 2003). The Crisis has provided a strong case for relying on fiscal policy in coping with the severe economic downturn. Faced with the zero lower bound of interest rates, monetary policy quickly had become ineffective and, consequently, the stabilisation burden has been borne by fiscal policy (Feldstein, 2009; Blanchard et al., 2010).

The renewed interest in the role of fiscal policy in economic stabilisation has raised the question of the need for coordination between monetary and fiscal policy. The objective of this paper is to summarize the main arguments for coordination, to provide an overview of the existing empirical evidence, and to anticipate the main challenges in the medium term. The paper is organized as follows: the next section discusses the rationale behind the need for coordination between fiscal and monetary policies. Section 3 covers the theoretical treatment of this topic, while Section 4 provides an overview of the empirical evidence. As usual, the final section concludes and points out the main future challenges.

1. The need for coordination between monetary and fiscal policy

The renewed interest in the role of fiscal policy in economic stabilisation has raised the question of the need for coordination between monetary and fiscal policy. Traditionally, this issue has been discussed in the light of the possible inflationary effects of budget deficits, especially when they are monetized. Also, within the traditional IS-LM textbook view, both fiscal and monetary policy aggregate demand, so that fiscal policy has a clear role in the demand management.

However, the need for coordination goes beyond these issues and rests on several other arguments, too: First of all, fiscal and monetary policies are made by separate authorities, which may lead to non-cooperative game between the central bank and the fiscal authorities. As a consequence, the lack of coordination may cause a combination of suboptimal policies, i.e. too restrictive monetary policy and loose fiscal policy (Dixit and Lambertini, 2000). Closely

related is the fact that monetary and fiscal authorities have different goals or assign different weights to the common goals. Central banks are usually much more conservative in the sense that they place larger weight to inflation relative to output stabilisation. Indeed, in most countries price stability is the only or predominant statutory goal of central banks. These differences in the goals may result in a low inflation accompanied by lower output (Alesina and Tabellini, 1987; Bennett and Loayza, 2002; Lambertini and Rovelli, 2004).

In addition, it is argued that discretionary fiscal policy may undermine the commitment of monetary policy, because the ex post reaction function of the fiscal authority entirely negates the advantages of monetary commitment (Alesina and Tabellini, 1987; Dixit and Lambertini, 2000 and 2003). The lack of fiscal sustainability undermines the efficacy of monetary policy, directly and through expectations. For instance, fiscal policy may constrain the central bank's ability to control inflation (Sargent and Wallace, 1981; Leeper, 1991; Sims, 1994; and Woodford, 1994 and 1996), higher debt levels may weaken the reaction of the central bank to changes in inflation (Baig et al., 2006) or prevent it from stabilizing inflation expectations (Eusepi and Preston, 2008). Fiscal policy is important for the credibility of monetary policy; On the one hand, markets would not believe in the credibility of monetary policy if there is a bad perception of fiscal policy (Laurens and de la Piedra, 1998). On the other hand, if central bank reacts to cyclical output movements it might harm its credibility. Therefore, monetary policy should be coordinated with fiscal policy, which would take the role of output stabilisation (Taylor, 2000). Furthermore, monetary-fiscal coordination is needed in the attempts for full disinflation, because under a certain low level of inflation the decreasing monetary growth rates lead to lower revenues from seignorage. Hence, further disinflation requires coordination with fiscal policy (increasing tax rates or lowering budget expenditures), which is not necessary in disinflations from higher inflation rates (Bullard and Russel, 1997). Finally, fiscal-monetary policy mix affects the level of real interest rates and the exchange rate, which has bearings on the composition of demand and output, i.e. the proportion between government spending and private investment, and between domestic consumption and net-exports (Kuttner, 2002; Lambertini and Rovelli, 2004).

The creation of EMU has brought for a growing interest in the interactions between fiscal and monetary policies for several reasons: the single monetary policy is confronted with many separate fiscal policies; EMU is accompanied by fiscal rules (the Stability and Growth Pact); EMU combines countries with both sound and loose fiscal policies (Calmfors, 2003; Lambertini and Rovelli, 2004). In these regards, EMU makes coordination more complicated because, instead of the usual two players (the central bank and the treasury), now a large number of policymakers take part in the game. This means that despite the coordination between the single monetary and national fiscal policies, there is a need for coordination between national fiscal policies, too.

Specifically, within the monetary union, there is a problem that non-coordinated individual countries' policies can produce negative externalities and spill-over effects. In addition, the separate policymakers can engage in free-rider behaviour where they are tempted to renege on their own responsibilities and adopt a wait-and-see approach in an attempt to benefit from the efforts of others. As a result, in EMU there is a strong case for policy coordination, which can deliver an appropriate policy mix on the euro-area level and in the individual countries (van Aarle et al, 2002).

Finally, the Global Financial and Economic Crisis has provided a strong case for coordination of fiscal and monetary policy. When nominal interest rates reach the zero-bound level, conventional monetary policy becomes ineffective, because the central bank cannot lower them further on (since interest rates can't be negative). Some have argued that this problem for monetary policy can be solved by relying on the money stock as a policy tool, i.e. increasing money growth is a powerful instrument in such cases and there is no need for discretionary fiscal policy (Taylor, 2000 and 2009). Yet, despite the huge reliance on unconventional measures (the quantitative easing), very soon it became clear that the stabilizing powers of monetary policy have been severely limited. Therefore, it became obvious that monetary policy should be accompanied by fiscal policy and the advanced economies have engaged in unprecedented fiscal expansions in order to fight the recession (Feldstein, 2009). In these regards, due to the lax monetary policy, the rise in public debt did not cause an increase in interest rates. On the other hand, the Crisis has brought unprecedented challenges to the future coordination of fiscal and monetary policy by raising several open issues, such as: the public debt sustainability and the need for fiscal adjustment, the inflationary effects of high debt level, the need for improving automatic fiscal stabilisers, the fiscal stimulus spillovers onto trading partners' demand etc. (Blanchard et al., 2010; Cottarelli and Viñals, 2010).

2. Monetary and fiscal policy coordination in theory

Sargent and Wallace (1981) gave the first theoretical rationalisation of the need for coordination between monetary and fiscal policy. The concept of fiscal dominance, introduced by them, indicates that the government budget constraint could have drastic implications for monetary policy. They argue that in the presence of fiscal dominance (in the sense that it is the fiscal authorities who determine the extent to which budget deficits are financed through bond issues and seignorage), the central bank loses its ability to control inflation whenever the real interest rate exceeds the growth rate of the economy. Specifically, with high budget deficits and a large stock of government debt, restrictive monetary policy aimed at reducing inflation raises the real interest rates to a level above the growth rate of the economy. Consequently, this raises

the interest payments on the public debt, the debt/output ratio and future budget deficits. Given the limited capacity of financial markets, the higher level of public debt must be financed by seignorage, which leads to higher future inflation. Hence, the "unpleasant monetarist arithmetic" illustrates the central bank's inability to control money growth and inflation if it is subordinated to fiscal policy and forced to finance the budget deficits.

Therefore, the main message from the concept of fiscal dominance is that fiscal policy sets the general environment in which the central bank conducts monetary policy. Under these circumstances, even when the central bank is independent, its actions can be severely constrained by the stance of fiscal policy. In this case, fiscal prudence reflected in a lower debt level will result in real interest rates below the growth rate, which, in turn, will aid monetary policy effectiveness in controlling inflation. In fact, if one deems the "unpleasant monetarist arithmetic" exaggerated and argues that the central bank can offset fiscal policy actions and, hence, it is technically capable to control inflation, still, the specific policy mix can have significant implications for a variety of financial and real variables (inflation expectations, interest rates, interest rate spreads, exchange rates, investment etc.)

Recently, the so-called 'Fiscal Theory of the Price Level' (See Leeper, 1991; Sims, 1994; and Woodford, 1994 and 1996), has given the fiscal policy a prominent role in macroeconomic stabilisation. In these models, the government's inter-temporal budget constraint plays a crucial role for the price level determinacy. Specifically, given the nominal value of the current stock of government debt and the future budget surpluses, the price level must increase in order to reduce the real value of government debt. This implies that there is a unique path of the price level that serves to equate the present value of future budget surpluses with the current stock of government debt. Therefore, this strand of the literature argues that fiscal policy is of equal or even greater importance in determining the dynamics of the price level.

Within this framework, Leeper (1991) has made the distinction between "active" and "passive" policies. A passive (or Ricardian) fiscal policy is the one that ensures the satisfaction of the government's intertemporal budget constraint, while the active fiscal policy is conducted without this constraint. On the other hand, the active monetary policy pursues its inflation target aggressively notwithstanding the government's financial position, while the passive monetary policy accommodates fiscal policy. Davig and Leeper (2009) analyse the outcomes of different monetary-fiscal policy combinations. With active monetary and passive fiscal policy, the central bank reacts aggressively to the rise in inflation (caused by the increased government spending). The resulting higher real interest rate depresses private consumption, but the effects on inflation are not pronounced. Under passive monetary and active fiscal policy the response of the central bank to the increase in government purchases is mild. As a result, the real interest rate falls, which stimulates private consumption, but also inflation is higher. The outcomes are worst when both policies are active. In

that case, the lack of fiscal discipline leads to an ever growing debt ratio, which leads to a boom in private consumption and output as well as a chronically higher inflation. Here, though the central bank raises the interest rates aggressively, it is not able to reduce aggregate demand and inflation. Therefore, the failure of fiscal policy to stabilize debt impedes the central bank's ability to control inflation, which calls for coordination of the two policies. Leith and Wren-Lewis (2000), too, confirm that lax fiscal policy prevents the central bank to exert control over inflation because it is forced to keep real interest rates low in order to stabilize the debt level.

Much of the theoretical literature on the interactions between monetary and fiscal policies utilises the game-theoretic approach. For instance, Tabellini (1987) suggests that when monetary policy is less accommodative, the fiscal authority has incentives to reduce budget deficits, because they appear to be more costly. Nordhaus (1994) argues that, when monetary and fiscal policy are separated and have different objectives, non-cooperative equilibrium leads to higher deficits and higher real interest rate, since the fiscal authorities increase deficits to lower unemployment, while the central bank raises interest rates to cut inflation. The same conclusion is reached in Bennett and Loayza (2002). McKibbin and Sachs (1988) analyse the international coordination of monetary and fiscal policies under floating and fixed exchange rate regimes. They show that the lack of international coordination tends to create an incentive toward fiscal expansion and monetary contraction. Also, coordination reduces the negative effects of international transmission of fiscal policy shocks. Eusepi and Preston (2008) analyse the role of expectations formation in the design of monetary and fiscal policy. They argue that there is a greater need for closer policy coordination when there is uncertainty about the monetary policy regime. In this case, stabilization policy ensures stability of expectations only if monetary policy is active and fiscal policy is passive or vice versa

Dixit and Lambertini (2000 and 2003) analyse the interaction between monetary and fiscal policy, when the two authorities have different objectives, i.e. central bank is more conservative than fiscal authority. In this case, when both policies are pursued in a discretionary and non-coordinated manner, a race develops between fiscal and monetary authorities. This behaviour ends up in suboptimal outcomes - lower output and higher prices due to the too contractionary fiscal policy and too expansionary monetary policy. Hence, even in the presence of monetary commitment, the ex-post reaction function of the fiscal authority completely negates the benefits of monetary commitment. These problems could be overcome in several ways: the two authorities should have same objectives, there is a complete separation of targets between the two authorities, one policy should be given a leadership role, or constitutional constraints should be put on fiscal policy.

Apart from the game-theoretic approach, Alesina and Tabellini (1987) indicate that monetary commitment might not be beneficial when the fiscal and monetary authorities assign different weights to the elements in their objective

functions (the central bank prefers lower inflation). In this case, restrictive monetary policy reduces seignorage, which forces fiscal authorities to increase taxes in order to finance expenditure. This may result in low inflation, but the accompanying fall in output may offset these benefits. Bryson (1993) addresses the issue of monetary and fiscal policy coordination for stabilization purposes under two exchange rate regimes (fixed and flexible) and two types of shocks (productivity and demand shock). He shows that under productivity shocks monetary and fiscal policy coordination is always better than coordination of monetary policies alone notwithstanding the exchange rate regime. The same result applies for demand shocks, too, but in that case, fixed exchange rates act as a constraint since fiscal flexibility is required to neutralize adverse shocks.

Another strand of the literature on monetary and fiscal policy coordination is related to the creation of the EMU in light of the co-existence of a single central bank along with several independent fiscal authorities. Lambertini and Rovelli (2004) argue that some coordination with fiscal policy improves the performance of monetary policy. Otherwise, the independent decisions of monetary and fiscal authorities will result in a duplication of efforts or will create negative externalities (in case they act in opposite directions). Beetsma et al. (2001) study the interactions between national fiscal authorities and the common central bank in a monetary union. They show that the desirability of fiscal coordination depends crucially on the reaction of central bank to the changes in national fiscal policies. The benefits of fiscal coordination are the largest when fiscal policies are pre-committed, i.e. if coordination is strongly institutionalised, because in that case the central bank shares the burden of stabilisation with the national fiscal authorities. Van Aarle et al. (2002) argue that the benefits from co-operation between national fiscal authorities and between them and ECB are larger in the presence of nominal rigidities in the members of EMU. Also, co-operation between national fiscal policies is beneficial if the members of EMU share similar features in terms of countries' size, policy preferences, and structural parameters, which affect the transmission mechanism of fiscal policy shocks in individual countries.

Galí and Monacelli (2008) indicate that the aggregate fiscal stance within the union must be neutral in order for ECB can attain its goal of price stability. However, due to the presence of nominal rigidities and idiosyncratic shocks, Bryson (1993), Galí and Monacelli (2008), and Beetsma and Jensen (2002) argue that there is a strong case for countercyclical fiscal policy at individual country level. Hence, these findings question the desirability of external constraints (envisaged by the SGP), which hamper the individual countries' ability to conduct stabilisation fiscal policies. Yet, Galí and Perotti (2003) do not provide evidence that this has happened in practice.

3. An overview of the empirical literature on monetary and fiscal policy interactions

Reflecting the major interest in monetary policy, over time a vast empirical literature has accumulated, which provides evidence on the effectiveness of monetary policy. In contrast, the research interest in the economic effects of fiscal policy has appeared only recently. The empirical literature on the interactions of monetary and fiscal policies is pretty scarce. For instance, Kuttner (2002) reviews the US fiscal-monetary policy mix and shows that monetary policy do not react to fiscal policy, i.e. FED pursues its monetary policy disregarding fiscal policy. The same conclusion is reached in Nordhaus (1994). In contrast, Mountford and Uhlig (2005) find that US monetary and fiscal policies are coordinated, i.e. monetary tightening is accompanied by fiscal tightening via an increase in taxes.

Semmler and Zhang (2004) explore the time-varying interactions of fiscal and monetary policy for selected Euro-area countries by Markov-Switching model. They found some regime changes in monetary and fiscal policy interactions in France and Germany and provide evidence that the two policies have not been accommodative but counteractive to each other. In a series of papers, Melitz (1997 and 2002) finds that monetary and fiscal policy usually move in opposite directions over the business cycle (acting as strategic substitutes), i.e. monetary policy tends to tighten in response to expansionary fiscal policy. van Aarle et al. (2003) show that in the USA and EMU interest rates decline after a fiscal deficit shock, while fiscal deficits fall following an increase in interest rates, implying complementary fiscal-monetary policy mix, while in Japan, the two policies are substitutes. Yet, the interactions of monetary-fiscal policy variables are very small, especially in EMU and Japan.

Based on the New Keynesian dynamic general equilibrium model, Muscatelli et al. (2002, 2004 and 2005) analyse the strategic substitutability and complementarities of monetary and fiscal policy in several countries. The main findings of their work are the following: there are asymmetries in the responses of fiscal and monetary policy, though the results differ across countries; the strategic complementarity or substitutability of fiscal and monetary policy depends crucially on the types of shocks. Following an output shock, fiscal and monetary policy tend to move in the same direction (they are complements), but in case of an inflation shock or shocks to one policy instrument they move in opposite directions (they are substitutes); The interactions between fiscal and monetary policies are substantially affected by the presence of liquidity constraint consumers and inertia in policy rules as well as the effects of automatic stabilisers. Bennett and Loayza (2002) show that countries which lack policy coordination, i.e. where central banks and fiscal authorities have different objectives, tend to have larger primary deficits and higher real interest rates. Baig et al. (2006) examine the interaction of fiscal and monetary policies in

emerging market economies and show that high public debt can reduce the independence of monetary policy, as well as the efficacy of the transmission mechanism.

The empirical literature of monetary and fiscal policy interactions in the former transition economies is very limited, too. Crespo-Cuaresma et al. (2011) analyse the transmission of foreign fiscal shocks to five CEE countries during 1995-2009 and find that German fiscal expansion is followed by an increase in government spending and a decline in net-taxes as well as a fall in output and inflation in most of these countries. As for the monetary-fiscal policy mix, they find that monetary policy usually offset domestic fiscal expansion, while on the other hand, fiscal authorities usually accommodates the interest rate shocks. In the region of SEE economies, fiscal and monetary policy have been analysed separately, but there is only one study which deals with fiscal and monetary policy interactions. Specifically, Rukelj (2009) investigates the interactions of fiscal policy, monetary policy and economic activity in Croatia. His study shows that fiscal and monetary policy move in the opposite direction, i.e. they have been used as substitutes: fiscal shocks have a predominantly negative impact on narrow money, while monetary shocks produce negative effects on government expenditure.

Conclusions

This paper surveys the theoretical and empirical literature on the coordination or, at least, interactions between monetary and fiscal policies. Recently, theoretical literature has been dominated by the Fiscal theory of the price level, which casts serious doubts on the ability of monetary policy alone to stabilize the price level. Hence, the straightforward implication from this strand of theoretical research is that fiscal policy plays at least equal role in the conduct of stabilization policy. Similarly, the game-theoretic approach applied recently calls for a close coordination between the two policies, showing that the lack of coordination may result in over-reaction of the individual policy makers with suboptimal economic outcomes.

Recently, the Crisis has emphasized the ineffectiveness of traditional monetary policy tools with a strong message that, in deep recessions, part of the stabilization burden must be borne by fiscal policy. Yet, massive fiscal stimuli implemented throughout the world have raised some serious concerns about their macroeconomic consequences in the medium-term. Specifically, the explosion in the public debt will exert important constraints on the future stabilization powers of fiscal authorities. Moreover, the rising debt-ratio would worsen the environment for conducting monetary policy as well. And last, but not least, this unprecedented fiscal expansion would certainly produce adverse effects on the future productive capacity of the economy due to the crowding-out effect and the behaviour of Ricardian economic agents.

References

- Alesina, A., and Tabellini, G. (1987), "Rules and Discretion with Noncoordinated Monetary and Fiscal Policies", *Economic Inquiry*, 25(4), pp. 619-30.
- Baig, T., Kumar, M.S., Vasishtha, G., and Zoli, E. (2006), "Fiscal and Monetary Nexus in Emerging Market Economies: How Does Debt Matter?", IMF Working Paper WP/06/184, Washington D.C.: International Monetary Fund.
- Beetsma, R. M. W. J., and Jensen, H. (2002), "Monetary and fiscal policy interactions in a micro-funded model of a monetary union", ECB Working Paper No. 166, Frankfurt am Main: European Central Bank.
- Beetsma, R. M. W. J., Debrun, X., and Klaassen, F. (2001), "Is fiscal policy coordination in EMU desirable?", *Swedish Economic Policy Review*, 8, pp. 57-98.
- Bennett, H., and Loayza, N. (2002), "Policy Biases When the Monetary and Fiscal Authorities Have Different Objectives", in Loayza, N., and Schmidt-Hebbel, K., eds., *Monetary Policy: Rules and Transmission Mechanism*, Santiago: Central Bank of Chile, pp. 299-330.
- Blanchard, O., Dell'Ariccia, G., and Mauro, P. (2010), "Rethinking Macroeconomic Policy", in Blanchard, O., and SaKong, I., eds., *Reconstructing World Economy*, Washington D.C.: International Monetary Fund and Korea Development Institute, pp. 25-40.
- Bryson, J. H. (1994), "Macroeconomic stabilization through monetary and fiscal policy coordination: Implication for European Monetary Union", *Open Economies Review*, 5(4), pp. 307-326.
- Bullard, J., and Russel, S. (1997), "How Costly is Sustained Low Inflation for the U.S. Economy?", FRB St. Louis Working Paper 97-012B, St. Louis: Federal Reserve Bank of St. Louis.
- Calmfors, L. (2003), "Fiscal Policy to Stabilise the Domestic Economy in the EMU: What Can We Learn from Monetary Policy?", *CESifo Economic Studies*, 49, 3/2003, pp. 319-353.
- Cottarelli, C., and Viñals, J. (2010), "A Strategy for Renormalizing Fiscal and Monetary Policies in Advanced Economies", in Blanchard, O., and SaKong, I., eds., *Reconstructing World Economy*, Washington D.C.: International Monetary Fund and Korea Development Institute, pp. 3-22.
- Crespo-Cuaresma, J., Eller, M., and Mehrota, A. (2011), "The Economic Transmission of Fiscal Policy Shocks from Western to Eastern Europe", BOFIT Discussion Papers, No. 12, Helsinki: Bank of Finland.
- Davig, T., and Leeper, E. M. (2009), "Monetary-Fiscal Policy Interactions and Fiscal Stimulus", FRB Kansas City Working Paper, RWP 09-12, Kansas City: Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Dixit, A., and Lambertini, L. (2000), "Fiscal Discretion Destroys Monetary Commitment", Princeton University and UCLA (mimeo).
- Dixit, A., and Lambertini, L. (2003), "Interactions of Commitment and Discretion in Monetary and Fiscal Policies", *American Economic Review*, 93, pp. 1522-1542.
- Eusepi, S., and Preston, B. (2008), "Stabilizing Expectations under Monetary and Fiscal Policy Coordination", NBER Working Paper 14391, National Bureau of Economic Research.
- Feldstein, M. S. (2009), "Rethinking the Role of Fiscal Policy", NBER Working Paper 14684, National Bureau of Economic Research.

- Galí, J., and Monacelli, T. (2008), "Optimal monetary and fiscal policy in a currency union", *Journal of International Economics*, 76, pp. 116–132.
- Galí, J., and Perotti, R. (2003), "Fiscal Policy and Monetary Integration in Europe", NBER Working Paper 9773, National Bureau of Economic Research.
- Kuttner, K.N. (2002), "The Monetary-Fiscal Policy Mix: Perspectives from the U.S". A paper presented at the Conference on: "The Monetary Policy Mix in the Environment of Structural Changes", sponsored by the National Bank of Poland, October 24–25.
- Lambertini, L., and Rovelli, R. (2004), "Monetary and fiscal policy coordination and macroeconomic stabilization. A theoretical analysis", Dipartimento di Scienze Economiche, Bologna: Università di Bologna.
- Laurens, B., and de la Piedra, E.G. (1998), "Coordination of Monetary and Fiscal Policies", IMF Working Paper WP/98/25, Washington D.C.: International Monetary Fund.
- Leeper, E. M. (1991), "Equilibria under 'Active' and 'Passive' Monetary and Fiscal Policies," *Journal of Monetary Economics*, 27(1), pp. 129–147.
- Leith, C., and Wren-Lewis, S. (2000), "Interactions between Monetary and Fiscal Policy Rules", *Economic Journal*, 110, C93-C108.
- McKibbin, W., and Sachs, J. D. (1988), "Coordination of Monetary and Fiscal Policies in the Industrial Economies" in Frenkel, J. A., ed., *International Aspects of Fiscal Policies*, Chicago: National Bureau of Economic Research and University of Chicago Press, 1988, pp.73-120.
- Méltitz, J. (1997), "Some Cross-Country Evidence about Debt, Deficits and the Behavior of Monetary and Fiscal Authorities," CEPR Discussion Paper No. 1653, London: Center for Economic Policy Research.
- Melitz, J. (2002), "Debt, Deficits and the Behavior of Monetary and Fiscal Authorities," in Buti, M., von Hagen, J., and Martinez-Mongay, C., eds., *The Behavior of Fiscal Authorities – Stabilization, Growth and Institutions*, Palgrave, pp. 215–240.
- Mountford, A., and Uhlig, H. (2005), "What Are the Effects of Fiscal Policy Shocks?," SFB 649 Discussion Paper 2005-039, Berlin: Humboldt-Universität zu Berlin.
- Muscatelli, V. A., Tirelli, P., and Trecroci, C. (2002), "Monetary and Fiscal Policy Interactions over the Cycle: Some Empirical Evidence", CESifo Working Paper Series, No. 817, Munich: CESifo Group.
- Muscatelli, V. A., Tirelli, P., and Trecroci, C. (2004), "Fiscal and Monetary Policies Interactions: Empirical Evidence and Optimal Policy Using a Structural New Keynesian Model", *Journal of Macroeconomics*, 26(2), pp. 257-280.
- Muscatelli, V. A., Tirelli, P., and Trecroci, C. (2005), "Fiscal and Monetary Policy Interactions in a New Keynesian Model with Liquidity Constraints", (mimeo).
- Nordhaus, W. D. (1994), "Policy Games: Coordination and Independence in Monetary and Fiscal Policies", *Brookings Papers on Economic Activity*, 2, pp. 139-199.
- Rukelj, D. (2009), "Modelling Fiscal and Monetary Policy Interactions in Croatia Using Structural Vector Error Correction Model", *Economic Trends and Economic Policy*, 121, pp. 27-59.
- Sargent, T. J., and Wallace, N. (1981). "Some Unpleasant Monetarist Arithmetic," *Federal Reserve Bank of Minneapolis Quarterly Review*, 5(1), pp. 1–17.
- Semmler, W., and Zhang, W. (2004), "Monetary and Fiscal Policy Interactions in the Euro Area", *Empirica*, 31(2), pp. 205-227.

- Sims, C. A. (1994), "A Simple Model for Study of the Determination of the Price Level and the Interaction of Monetary and Fiscal Policy", *Economic Theory*, 4, pp. 381-399.
- Tabellini, G. (1987), "Monetary and Fiscal Policy Coordination with a High Public Debt", UCLA Working Paper No. 449.
- Taylor, J. B. (2000), "Reassessing Discretionary Fiscal Policy", *Journal of Economic Perspectives*, 14(3), pp. 21-36.
- Taylor, J. B. (2009), "The Lack of an Empirical Rationale for a Revival of Discretionary Fiscal Policy", CESifo Forum 2/2009, pp. 9-13.
- van Aarle, B., di Bartolomeo, G., Engwerda, J., and Plasmans, J. (2002), "Monetary and Fiscal Policy Design in the EMU: An Overview", *Open Economies Review*, 13(4), pp. 321-340.
- van Aarle, B., Garretsen, H., and Gobbin, N. (2003), "Monetary and fiscal policy transmission in the Euro-area: evidence from a structural VAR analysis", *Journal of Economics and Business*, 55, pp. 609-638.
- Woodford, M. (1994), "Monetary Policy and Price Level Determinacy in a Cash-in-advance Economy," *Economic Theory*, 4, pp. 345-380.
- Woodford, M. (1996), "Control of the Public Debt: A Requirement for Price Stability", NBER Working Paper No. 5684, National Bureau of Economic Research.

ИНТЕРАКЦИЈАТА ПОМЕЃУ МОНЕТАРНАТА И ФИСКАЛНАТА ПОЛИТИКА: ПРЕГЛЕД

Д-р Горан Петревски

Апстракт

Овој труд дава преглед на теоретската и на емпириската литература од областа на координацијата помеѓу фискалната и монетарната политика. Во поново време, доминантно теоретско гледиште претставува фискалната теорија на цените, која посочува на сериозните ограничувања на монетарната политика во контролата на инфлацијата. Оттука, оваа теорија смета дека фискалната политика има подеднакво важна улога во стабилизационата политика. Слично на тоа, истражувањата спроведени во рамките на теоријата на игрите упатуваат на потребата од блиска координација помеѓу двете политики, покажувајќи дека, во спротивен случај, секоја поединечна политика може да реагира прекумерно, со субоптимални економски ефекти.

Глобалната економска криза јасно ја покажа немоќта на монетарната политика да се справи со длабоките рецесии, со порака дека фискалната политика мора да преземе дел од стабилизационата задача. Сепак, огромните фискални стимули, преземени ширум светот,

предизвикаа и загриженост во однос на нивните економски последици, набљудувано на среден рок. Конкретно, експлозијата на јавниот долг во многу земји поставува граници во однос на идната употреба на фискалната политика во стабилизациони цели. Уште повеќе, неодржливата фискална позиција сигурно ќе го влоши амбиентот во кој, во иднина, ќе делува монетарната политика. Конечно, денешната фискална експанзија може неповолно да се одрази врз идниот производствен капацитет на економијата, поради ефектот на истиснување и однесувањето на економските агенти од рикардовски тип.

Клучни зборови: монетарна политика, фискална политика, координација.

**ОДНОС СТРАТЕГИЈА НА
ПРЕТПРИЈАТИЕТО И
ОРГАНИЗАЦИСКАТА
СТРУКТУРА- СЛУЧАЈОТ НА
ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО
СТОПАНСТВОТО НА
МАКЕДОНИЈА**

Д-р Кирил Постолов

Апстракт:

Претпријатието денес мора да ги задоволи различните и сложени општествено-политички, извозни и економски барања, монетарна политика, зголемување на добивката, демографски барања и сл.

Во исполнувањето на тие барања, мора да се земе предвид испреплетеноста и меѓусебното влијание помеѓу деловната стратегија и организациската структура. Во успешните претпријатија, наброените две димензии се меѓусебно поврзани, со цел да се обезбедат компетитивни предности во однос на конкуренцијата.

Деловната стратегија ги опфаќа поединечните стратегии на финансиите, производството, маркетингот, истражувањето и развојот, сервисот итн.

Организациската структура претставува систем на формално пропишани односи помеѓу хиерархиски групирани елементи во организациски единици поврзани во целина преку системите на координација и интеграција.

Во овој труд се анализира односот помеѓу стратегијата на претпријатието и соодветната организациска структура.

Во литературата можат да се сретнат следниве форми на поврзаност:

- Организациската стратегија ја определува организациската структура;*
- Организациската структура ја определува организациската стратегија;*
- Мешан облик, напоредно влијание.*

Основното прашање, на кое сакаме да дадеме соодветен одговор, се однесува на определувањето на односот на организациската стратегија и

структура во претпријатијата во стопанството на Република Македонија.

За таа цел, прво во трудот се наведени основните елементи што влијаат врз дефинирањето на соодветната организациска стратегија. Потоа се наведува типологијата на развојните стратегии, како и класичната типологија на организациските модели кои ги користиме, со цел да се објасни релацијата помеѓу организациската стратегија и организациската структура.

Завршувајќи со теоретските поставки, користиме резултати од емпириското истражување, со цел да се дијагностицира состојбата во реалниот сектор.

Клучни зборови: деловна стратегија, организациска структура, функционална, дивизионална, пенетрација, опкружување.

Вовед

Претпријатијата денес функционираат во услови на турбулентно и комплексно опкружување. Тие основни карактеристики на опкружувањето, надополнети со појавата на кризи, влијаат врз претпријатијата во доменот на прилагодувањето на целите, стратегијата и на организациската структура. Со оглед на фактот што дизајнот на современото претпријатие го креираат фактори што влијаат и ја нарушуваат усогласеноста на организацијата и нејзиното опкружување, тоа во процесот на дизајнирање на претпријатија што мораат да обезбедат висок степен на перформанси, менаџерите мора во предвид да земат голем број различни релевантни фактори. Посебно значајни, што мораат да бидат земени предвид, ги истакнуваме, пред сè, фазата на животниот циклус и големината на претпријатието, соодветниот облик на организациска технологија што се применува, екстерното и интерното опкружување, стилот на лидерство, обликот и типот на организациската култура, организациската стратегија и сл.

Во услови на турбулентно и променливо организациско опкружување, воопшто не е едноставно да се дефинираат сите можни стратешки опции. Изборот на соодветната стратегија обично и најчесто се однесува на соодветното позиционирање на претпријатието во определената гранка, така што со помош на користење на конкурентските предности во рамките на деловните подрачја, претпријатието е во можност да функционира профитабилно. Избраната стратегија би требало да е конзистентна со визијата и со целите на претпријатието, со организациската структура, со расположливите ресурси, како и со опкружувањето во кое претпријатието ги извршува своите деловни и пошироки општествени мисии. На тој начин, избраната стратегија на претпријатието претставува репер кон

обезбедување на ефективност и ефикасност во функционирањето на претпријатието.

1. Основни елементи што влијаат на дефинирањето на организациската стратегија

Стратегијата на претпријатието најчесто се претставува како планска одлука со која се дефинираат основните начини за остварување на целите на претпријатието. Додека целите покажуваат на ситуацијата или на состојбата кон која претпријатието сака да стаса, стратегијата го покажува начинот како целите можат да се остварат. Стратегијата се набљудува како комплет на активности што треба да резултираат со доаѓање на претпријатието во сакана состојба или ситуација, односно, доаѓање до поставените цели.

Во динамично конкурентско опкружување, стратегијата го покажува односот на претпријатието кон факторите на неговото функционирање, вклучува широк спектар на правци, методи и инструменти кои ќе се применуваат, зависно од целите и околностите. Со оглед на фактот дека опкружувањето дава шанси и опасности, избраната стратегија носи печат на способност на менаџерите да ги искористат своите предности и да ги минимизираат своите слабости. Добро избраната стратегија треба да овозможи успешно користење и развивање на потенцијалите на претпријатието и неговите конкурентски предности.

При дефинирање на стратегијата, се поставуваат следниве прашања: *што е тоа во фокусот на дефинираната стратегија*. Со подлабока анализа може да се воочи дека нејзиното формулирање е детерминирано со големината на претпријатието, стадиумот на развој, степенот на децентрализација на донесувањето на одлуките, производствениот програм, зависноста од интерни и екстерни фактори, детерминирано со фактори што дефинираат шанси и опасности, да зависи од критериуми за мерење на успешноста на претпријатието и сл.

За да може да обезбеди долго опстојување на пазарот, претпријатието мора да ја дефинира организациската стратегија која мора да ги опфати следниве основни елементи:

- *Цели на претпријатието;*
- *Опкружувањето;*
- *Ресурсите;*
- *Организациските вредности, норми и етичност (Van Van Looy et al, 2003).*

Формулирањето на организациската стратегија е процес во кој се дефинираат одлуките во врска со тоа *што е тоа што претпријатието сака да го работи и да го постигне*. Тоа значи, дека менаџментот треба да ја дефинира посакуваната иднина на претпријатието. Таа сакана иднина

обично ќе е сумирана со целите на претпријатието, нејзиниот извештај за мисијата и визијата на иднината.

Стратегијата, нормално, е повеќе од листа со желби кои менаџментот сака да ги постигне. Претпријатието мора да го разгледа фактот дали она што сака да го постигне е во согласност со она што се случува на пазарот. Стратегијата, исто така, подразбира *анализа на опкружувањето* што доведува до дефинирање на тоа што претпријатието треба да го оствари, земајќи го предвид своето опкружување. Во рамките на анализа на опкружувањето, централен фокус се дава на потрошувачите и на нивните потреби и преференции. Останатите елементи се однесуваат на постојната конкуренција, можната супституција, преговарачката моќ кон добавувачите и кон купувачите, како и елементите на законската регулатива.

Дали претпријатието успешно ќе го следи дефинираниот правец на акција, пред сè ќе зависи од *расположливоста на ресурсите и нивната алокација*. Во однос на ресурсите, мора да се потенцира дека денес посебно значење имаат следниве:

1. *Знаењето, способноста и имиџот;*
2. *Ресурси кои претпријатието не ги поседува легално, но се користат во процесот на дизајн на производите, развој, давање услуги, маркетинг и продажба.*

Следниот елемент кој ја дефинира стратегијата на претпријатието, кој под влијание на голем број скандали во минатите неколку години сè повеќе добива на значење, се однесува на *вредностите, нормите и на деловната етика*.

Секоја стратегија мора да одговори на прашања што е она што е посакувано и што треба да се оствари на начин што е во согласност со вредностите на претпријатието. Иако ова изгледа едноставно, во пракса тоа е мошне компликуван процес. Формулирањето на стратегијата опфаќа утврдување на различни патишта, односно различни стратешки опции за остварување на мисијата и целите на претпријатието.

2. Типологија на организациските стратегии

На претпријатието на располагање му стојат различни стратегии со кои може да се движи кон иднината. Во литературата можат да се сретнат голем број различни поделби на организациските стратегии, во зависност од тоа што е во фокусот на внимание, или на што се дава приоритет.

За потребите на овој труд, ние ќе се задржиме само на поделбата на стратегиите според нивото.

Според нивото на кое се случува, разликуваме (Robbins and Coulter, 2005) функционална, деловна и корпорацијска. Додека функционалната и деловната ги креираат клучните компететности на ниво на деловното

подрачје, односно пазарот на деловната единица, корпоративната стратегија ја креира конкурентската предност на претпријатието во целина.

Корпоративната стратегија е во основа развојна стратегија и го определува општиот правец на развој на претпријатието. Оваа стратегија ја донесува топ менаџментот. Со стратегијата прво се определува деловното подрачје во кое ќе се извршува својата деловна активност. Според Ансоф (Ansoff, 1957), во изборот на деловното подрачје претпријатието може да се определи за стратегија на пенетрација на пазарот, развој на претпријатието, развој на производите или стратегија на диверзификација.

Пенетрација на пазарот е корпоративна стратегија која подразбира зголемување на продажбата на истиот производ на истиот пазар. Со оглед на тоа дека пазарот не е задоволен, а конкуренцијата не е остра, претпријатието извори на раст гледа во облик на зголемување на производството и продажбата на постојниот сегмент на потрошувачи. Таквите претпријатија користат функционална организациска структура.

Развој на претпријатието подразбира претпријатието да почнува со продажба на своите производи или услуги на нови пазари. Најчеста стратегија на ширење на пазарот подразбира географско ширење. Меѓутоа, таа може да значи и премин на нова група на купувачи. Оваа стратегија бара промена на организациската структура- од функционален се преминува на дивизионален модел и тоа модел потрошувач или мешан модел.

Развој на производот подразбира стратегија во која претпријатието обезбедува раст преку производство и продажба на нови производи и услуги на ист пазар. Тоа ја наметнува потребата производството и продажбата да се групираат во автономна организациска целина. Претпријатието применува во овој случај производ модел или мешан дивизионален модел.

Диверзификација подразбира стратегија на развој во која претпријатието произведува и продава нови производи на нови пазари. Доколку претпријатието го шири својот произведен асортиман кој е поврзан со постојниот, се работи за поврзана диверзификација. Предноста на оваа диверзификација е во тоа што се користат веќе постојните знаења и искуства. Со оглед на фактот што постојното и новото деловно подрачје се меѓусебно поврзани, се користи мешан модел на дивизионална организациска структура. Доколку, пак, претпријатието влегува во целосно ново деловно подрачје, се работи за неповрзана диверзификација. Претпријатието нема искуство и знаење што може да ги користи во новото деловното подрачје. Мотивите можат да бидат од финансиска природа или опстанок и иднината на претпријатието на пазарот. Во тој случај, претпријатието треба да користи чист дивизионален модел. Претпријатијата кои ја применуваат оваа стратегија се големи и имаат голем број разновидни дивизии.

3. Модели на организациски структури (преземена класична типологија)

Модели на организациската структура покажуваат начин на кој претпријатието е структурирано по делови, како тие делови меѓусебно се поврзани, како изгледаат линиите на авторитет или синцирот на командување, односно како е уреден системот на донесување одлуки. Значи, моделот на структурата претставува комбинација на различни конфигурации на структурни параметри.

Во литературата постојат поголем број типологии на модели на организациска структура. Најпознати се следниве две:

- класичната типологија;
- типологијата на Минтзберг.

За потребите на трудот, ја користиме класичната типологија на организациските структури, според кои ги разликуваме:

- функционалната организациска структура;
- дивизионалната организациска структура.

Функционалната организациска структура е модел во кој поделбата на трудот, групирањето и поврзувањето на работите и формирањето на организациските единици се извршува според деловните функции во претпријатието. Активностите се групирани во заедничките функции одолу кон врвот на претпријатието (Gareth, 2004).

Одлучувањето е програмирано и координирано и се остварува во рамките на цврсто структуриран, хиерархиски систем. Со тоа се овозможува концентрација на работата на менаџерите, а во исто време се овозможува детална поделба на работата при нивното извршување, како и примена на единствени методи, постапки и процедури. Високиот степен на специјализираност, поделбата на трудот и специјализацијата, овозможува функционалните организациски единици да се карактеризираат со ефективност и ефикасност во работењето.

Организациските единици од овој облик се формираат врз основа на принципот – една функција, една организациска единица. Отстапувања од овој принцип обично настануваат кај малите претпријатија, од следниве причини:

- многу од функциите во малите претпријатија се релативно едноставни и мали по обем (според материјалните и човечките ресурси) и нерационално е за нив да се формираат одделни сектори;
- тие немаат доволно стручни и специјализирани кадри и не се во состојба со нив да ги покријат сите свои функции.

Во шемата на организацијата, називот на организациските делови, структурирани според овој облик, се нарекуваат по името на функцијата – одделение за финансии, маркетинг, сметководство, производство итн.

Функционалната организациска структура се применува во услови на познато и стабилно опкружување во кое:

1. *целите се добро дефинирани и трајни;*
2. *технолозијата е релативно еднообразна и стабилна;*
3. *интензивноста и продуктивноста на трудот се објективно условени големини.*

Функционалната организациска структура, по правило, се применува во речиси сите новосоздадени претпријатија, без оглед на нивната големина. Иако функционалниот принцип е карактеристичен за примена во младите претпријатија, тој се применува и во средните и во големите претпријатија.

Во дефинирањето на овој облик на организациска структура свое значење заема и видот на производството. Кај претпријатијата што произведуваат еден вид производи или само неколку сродни, слични или исти производи со примена на иста технологија, наменето за ист пазар, односно иста категорија купувачи, ќе се примени функционалната организациска структура. Може да се користи и кај големите претпријатија кои произведуваат само еден производ (на пр. шеќер, масло, цемент). Модел на функционална организациска структура ќе се примени и кај големите моноуслужни (даваат само еден вид услуга), односно монопроизводствени (произведуваат само еден вид производи) претпријатија.

Дивизионалната организациска структура спаѓа во групата на едnodимензионални модели, што значи дека при нејзиното структурирање се применува само еден принцип. Поединечните задачи што не можат да се групираат според ова правило, обично се групираат во пошироки организациски единици по функционален принцип.

Во рамките на секоја организациска единица се извршуваат само одредени функции, додека останатите деловни функции ќе бидат централизирани, односно ќе се однесуваат за сите организациски единици. Најчесто тоа се функциите на истражување и развој, финансии, маркетинг, планирање на човечките ресурси, кои се централизираат на ниво на претпријатието во целина.

Суштината на дивизионалната организациска структура најдобро можеме да ја согледаме преку следниве елементи:

- *улогата на опкружувањето во дизајнирањето на дивизионалната организациска структура - хетерогено опкружување;*
- *ориентираноста кон задоволување на различните потреби на потрошувачите;*
- *системот на донесувањето одлуки и системот на координација и контрола - системот на донесувањето на одлуките им е делегиран на пониските структури.*

Во рамките на дивизионалната организациска структура се јавуваат следниве три типа:

- предметна (производна) дивизионална организациска структура; ,
- територијална дивизионална организациска структура;
- дивизионална организациска структура според потрошувачите.

Формирањето на организациските единици со користење на предметниот принцип се прави врз основа на производот или на групи производи и се применува, по правило, во големите мултипроизводни и мултиуслужни претпријатија, со широк и разновиден асортиман на производи, кои се произведуваат на различни производствени линии, со различна технологија и кои се наменети за различни потрошувачи или техниката и технологијата на продажба им се различни.

Територијалната дивизионална организациска структура се воспоставува на тој начин што на највисокиот степен на поделба и групирање на задачите се создаваат организациски единици по различни географски подрачја, односно територии кои претпријатието треба да ги опслужи. Овој облик се користи и во случај кога поединечните истовидни производствени процеси се дислоцираат надвор од седиштето на матичното претпријатие. Територијалната дивизионална организациска структура, по правило, се применува во земјоделството, во шумарството, во хотелиерството итн.

Третиот тип на дивизионална организациска структура е според потрошувачите. Основниот принцип на кој се заснова овој тип е што поделбата на работите во претпријатието и нивното групирање се врши според видовите потрошувачи, односно категориите потрошувачи.

Последниот облик е т.н. мешан облик, во кој се комбинираат различните видови дивизионална организациска структура, во зависност од ситуацијата и од потребата.

4. Состојба во македонското стопанство

Со цел да се дијагностицира состојбата во претпријатијата во однос на воспоставената организациска структура, пред неколку години е направено соодветно емпириско истражување.

Притоа, за потребите на истражувањето е определен репрезентативен примерок на претпријатија од стопанството на Република Македонија. Притоа е водено сметка за опфаќање на претпријатија што припаѓаат на различни сектори на стопанска дејност. Во примерокот се опфатени претпријатија што припаѓаат во групата на големи претпријатија во рамките на сите дејности.

Како целна група на истражувањето беа главните менаџери. Вкупниот број претпријатија во кои е извршено истражувањето е 70 со вкупно 48511 вработени.

За потребите на анкетниот прашалник, прифатено е истражувањето да ги опфати претпријатијата од различни области во Република Македонија.

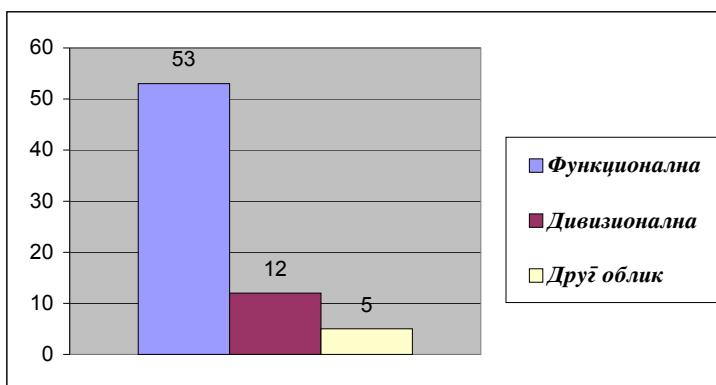
За потребите на трудот, ги издвојуваме следниве две прашања:

1. Кој облик на организациска структура имате воспоставено во Вашето претпријатие?

2. Дали организациската стратегија влијаела врз организациската структура, или организациската структура ја детерминира организациската стратегија?

Според добиените одговори, доминантно место во организациското дизајнирање на претпријатијата во стопанството на Република Македонија има функционалната организациска структура. Според добиените одговори, за овој облик на структурирање на претпријатија се изјасниле 53 од вкупно 70 претпријатија (75.71% од истражуваната маса), за дивизионалната организациска структура се изјасниле 12 испитаници, што претставува 17.14% и за други организациски облици, само 5 испитаници, што претпоставува 7.14%.

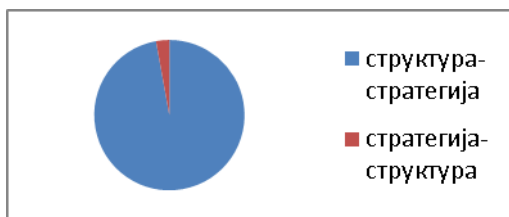
Графички, со помош на пита, можеме да ја согледаме состојбата:



Во однос на второто прашање, скоро 100 % од испитаниците (68 од нив), одговориле дека прво ја дизајнирале соодветната организациска структура, а потоа и ја дефинирале соодветната организациска стратегија.

Со сина површина на питата се означени претпријатијата што усвоиле прво да ја дефинираат организациската структура, а потоа и организациската стратегија (97.14%).

Црвениот простор ги прикажува двете претпријатија од истражуваните (2.86%) што применуваат обратен пристап, односно, прво ја дефинирале организациската стратегија, а потоа организациската структура.



Добиените одговори наметнуваат едноставни заклучоци:

1. Претпријатијата во стопанството на Република Македонија доминантно користат функционална организациска структура.

2. Претпријатијата во стопанството на Република Македонија доминантно го дизајнираат прво соодветниот облик на организациска структура, а потоа ја дефинираат и соодветната организациска стратегија.

Тука се наметнува и прашањето за ваквиот начин на поимање на овој проблем? Зошто е така?

Во разговорите со менаџерите кои беа анкетирани, со цел да се добијат соодветни одговори на истражувањето, тие во голем број одговориле дека ја имаат наследено организациската структура и дека тоа била една од причините. Второ, најголемиот број од нив сметаат дека е полесно да се менува организациската стратегија во однос на организациската структура, пред сè и поради фактот што постојат ограничувања од правен и од општествен карактер. И на крај, сметаат дека поголем фактор за успешноста игра соодветната организациска стратегија, па затоа се на мислење дека таа мора да биде предмет на соодветното менување.

Заклучок

Тргувајќи од можностите на претпријатието и ограничувачките фактори на раст и развој, со антиципација на предизвикот и на пречките од опкружувањето од менаџментот се очекува да избере стратегија која ќе води кон реализација на поставените цели. Од круцијална важност е избраната стратегија да биде конзистентна со визијата и со целите на претпријатието, со расположливите ресурси, со опкружувањето, како и со организациската структура на претпријатието. На тој начин избраната стратегија претставува водич кон обезбедување високи перформанси на претпријатието.

Претпријатијата на одреден степен на својот развој и експанзија, а во согласност со избраната стратегија, имаат можност за избор на соодветна организациска стратегија. Избраниот модел на структура има исклучителна

важност за креирање на вредности, организациски перформанси и опстанок на претпријатието на долг рок. Секое намалување на организациските перформанси е знак за менаџерите дека постои наметната потреба од усогласување на структурата и стратегијата со опкружувањето, зашто, иако стратегијата и структурата значајно влијаат една врз друга, нивниот изглед во крајна линија, сепак, е детерминиран и зависен од опкружувањето.

Литература

- Ansoff, I.: *Strategies for Diversification*, Harvard Business Review, Vol. 35, Issue 5, Sep-Oct 1957, pp. 113-124., available at:
http://foswiki.org/pub/Sandbox/SimiWiki/Strategies_for_diversification.pdf
(accessed 25 July 2013).
- Gareth, J. (2004) *Organizational Theory, Design, and Change text and cases*, Pearson Education Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Jennifer, G., Gareth J (2000): *Essentials of Managing Organizational Behavior*, Prentice Hall Inc, New Jersey
- Knutsen, L. (2003): *Organization, Theory & Design*, ASB, Aarhus, 2003
- Robbins, S., Coulter, M. (2005) *Strategic Management*, Prentice Hall Inc, New Jersey
- Van Ban Looy et al. (2003) *Service Management: An Integrated Approach*, Second edition, Practice Hall – Financial Times – Peatson Education, Harlow, England.

RELATIONS BETWEEN ORGANISATIONAL STRATEGY AND ORGANISATIONAL STRUCTURE - CASE OF REPUBLIC OF MACEDONIA

Kiril Postolov, Ph.D.

Abstract

Considering the capabilities of enterprise and limiting factors of growth and development in anticipation of challenges and obstacles of the environment management are expected to choose a strategy that will lead to the realization of the set goals . Of crucial importance is the strategy chosen to be consistent with the vision and objectives of the company , with the available resources, the environment, and the organizational structure of the enterprise. Thus the chosen strategy is a guide to ensure high performance of the company.

Enterprises of a certain degree of development and expansion , and in accordance with the chosen strategy , have the option of choosing an appropriate organizational strategy . This model structure is extremely important to create values , organizational performance and survival of the

company in the long run. Any reduction of organizational performance is a sign of a forced managers that need to agree on the structure and strategy with the environment , because, although the strategy and structure significantly influence one another, their guises ultimately, however, is determined and dependent on the environment .

Key words: *business strategy, organizational structure, functional, divisional, penetration, environment*

УДК: 331.103.1:502.13(497.7)

**ДИЛЕМИ И ПРЕДИЗВИЦИ ВО
ВРСКА СО КОНЦЕПТОТ
НА „ЗЕЛЕНИ РАБОТНИ
МЕСТА“
- СЛУЧАЈОТ НА РЕПУБЛИКА
МАКЕДОНИЈА**

Д-р Пеце Недановски

Апстракт:

Во современи услови, на глобално ниво, се одвива сериозна дебата во врска со прашањето за т.н. „зелени работни места“. Природата на „зелените работни места“ и нивната траекторија на пазарот на трудот, претставува многу сензитивна тема во стручната литература, презентирани преку различни пристапи и дефиниции. Сепак, како „зелено работно место“ се смета она работно место кај кое работата, т.е. вложениот труд е од суштинско значење за обезбедување производи или услуги со кои се подобрува енергетската ефикасност, се проширува употребата на обновливи извори на енергија или се дава поддршка на одржливоста на квалитетот на животната средина.

Во современи услови, потребни се серија квантификации, проценки и проекции на „зелените работни места“, со цел нивен квантитативен опфат и надминување на низа методолошки недостатоци. Најнапредно промовирање и примена на овој концепт е реализиран во високоразвиените земји: САД, Канада, земјите членки на ЕУ и во Австралија. Во случајот на Р. Македонија, по повод можностите за креирање „зелени работни места“, можат да се идентификуваат одреден број бариери. За нивно надминување потребно е да се преземат низа мерки и активности со чија помош би се создале предуслови за креирање „зелени работни места“.

Клучни зборови: *зелени работни места, енергетска ефикасност, Р. Македонија.*

Вовед

Програмите за изолација од непогодните временски услови (weatherization programs) кои ја адресираа потребата од заштеда на енергија во станбените и во деловните објекти, за првпат беа имплементирани во САД во текот на 1970-те, а по повод нафтената криза предизвикана од страна на ОПЕК. Нафтените шокови предизвикаа иререверзибилна глобална загриженост во врска со заштедата на енергија и зголемување на недостигот на природни ресурси во рамките на класичниот модел на економски раст, особено актуелен во периодот по Втората светска војна. Оттогаш, човештвото станува свесно - сега дури и на сосема суров начин - дека тој и таков модел на раст не може да продолжи да се базира на постојано проширување на потрошувачката на енергија добиена од фосилни горива.

Во современи услови, на глобално ниво, се одвива сериозна дебата во врска со прашањата за расположливата енергија и за заштита на животната средина, вклучувајќи ги и оние за суштината на т.н. „зелени економски активности“ и „зелени работни места“. Во исто време, постојано се зголемуваат иницијативите и инвестициите во искористувањето на обновливите извори на енергија, поголема енергетска ефикасност и одржливост на квалитетот на животната средина. Како резултат на сето ова, се зголемува побарувачката за информации за вработувања во т.н. зелена економија.

Се чини дека во сето ова дополнителен моментум доаѓа од сферата на политиката. Имено, уште пред почетокот на неговиот прв мандат во Белата куќа, американскиот претседател Барак Обама, во ноември 2009 година, вети дека во текот на наредната деценија во американската економија ќе „испушта“ 150 милијарди долари во корист на „зелените технологии“. Ваквите ветувања на Обама поаѓаа од очекувањата на неговиот тим, дека на тој начин ќе се овозможи креирање на 5 милиони нови „зелени работни места“ кои требаше да го покријат дефицитот во работни места кој се јави како резултат на светската финансиска криза. Следејќи го примерот на Обама, тогашниот англиски премиер Гордон Браун оди чекор понатаму, повикувајќи на изготвување меѓународен „зелен Њу дил“ кој би овозможил пониско ниво на јаглерод диоксид, т.е. намалување на стакленичките гасови. Сепак, предмет на интерес во овој труд не се резултатите на ваквите иницијативи на политиците, туку научниот аспект на прашањето за „зелените работни места“.

1. Суштина и дефинирање на „зелените работни места“

Природата на „зелените работни места“ и нивната траекторија на пазарот на трудот, претставува многу сензитивна тема во стручната

литература. Вообичаено се смета дека „зелените работни места“ се тесно поврзани со подобрување, заштита и одржување на квалитетот на животната средина. Сепак, сè уште не постои договорена рамка која може да ги опфати основните карактеристики на „зелените работни места“, да се утврди природата на работата и да се воспостават методи за следење и за евидентирање на информациите за ваквите работни места.

И покрај концептуалните и практични предизвици и неусогласености во поглед на дефинирањето и евидентирањето, „зелените работни места“ постојат и тие може да послужат како модел при истражување на влијанието на „зелените“ технологии и практики врз природата на работата и динамиката на „зелениот“ пазар на труд.

Во основа, литературата презентира три различни дефиниции за „зелените работни места“. Секоја од нив на одреден начин помага да се промовира одредена рамка за тоа што претставува „зеленото работно место“. Всушност, трите дефиниции, вклучуваат три различни појдовни ставови:

- Индустриски – кај „зелените работни места“, вложениот труд е од суштинско значење за добивање производи и услуги со кои се подобрува квалитетот на животната средина и/или работното место вклучува работа во „зелена“ економска активност (Gregson, J. A., 2010, p. 123-135.).
- Професионален – за „зелените работни места“, клучен е степенот до кој „зелената“ економска активност и технологија ја оформуваат побарувачката за одредени професии и барања на работното место (Dierdoff E. C. and others, 2009).
- Нормативен – „зелени работни места“ се оние со кои се подобрува квалитетот на животната средина и во исто време се обезбедуваат адекватни и достоинствени плати, еднакви можности, како и патишта за излез од сиромаштија (Woods, J., 2009).

Постојат неколку интересни прашања, поврзани со горенаведените дефиниции:

- Идејата дека „зазеленувањето“ на економијата може да биде подобра карактеризација од „зелена економија“.
- Употребата на терминот „зелени работни места“ покренува многу различни мислења и го буди политичкиот и филозофскиот интерес за ова прашање, но, од друга страна, може да предизвика пристрасност во одговорите што би се добиле по пат на анкетно истражување.
- Идејата дека концептот и дефиницијата на „зелените работни места“ може да се промени со текот на времето. Имајќи ги предвид карактеристиките на дадениот технолошки прогрес и неопходната потреба од подобрување, линијата на поделба помеѓу ефикасни и неефикасни „зелени работни места“

постепено се менува со текот на времето. Погледнати во овој контекст, „зелените работни места“ претставуваат релативен и многу динамичен концепт.

Во однос на динамиката на „зелениот“ пазар на трудот, досегашната практика сугерира дека „зелените работни места“ се работни места кои бараат соодветни квалификации, но од друга страна нудат значајни можности за унапредување, а потребните вештини треба да се понудат на краток рок. Може да се каже дека во случајот на „зелените работни места“ постојат малку информации кои би ги потврдиле ниските бариери за влез, односно дека постои недостиг на работници во клучните индустрии кои би се вработиле на „зелени работни места“. Всушност, соодветната стручна литература е прилично молчалива за тоа дали „зелените работни места“ можат да бидат дислоцирани надвор од компанијата и дали интерните ограничувања на компаниите во врска со фондовите за обука за ваквите работни места води кон недостаток на поддршка за обука за основните вештини во „зелениот“ сектор.

Од поширока концептуална перспектива, вработеноста во една економија која е ориентирана кон постигнување повисоко ниво на одржливост, со појавата на „зелените работни места“ ќе биде погодена на најмалку четири начини: прво, во некои случаи, ќе бидат создадени дополнителни работни места - кај производството на уреди за контрола на загадувањето, кои се јавуваат како дополнителна опрема што треба да биде додадена на постојната производствена опрема; второ, одредени вработувања ќе бидат заменети - како и при супституирањето на фосилните горива со обновливи извори на енергија; трето, одредени работни места може да бидат елиминирани без директна замена, на пр., кај материјалите за пакување за кои е докажано дека се штетни, па е обесхрабрено или забрането нивното производство, а во одредени случаи и прекинато; и четврто, се чини дека голем број од постојните работни места (на пример, водоинсталатери, електричари, металски и градежни работници) едноставно ќе се трансформираат и рedefинираат, како во поглед на бараните работни вештини, методи на работа, така и во поглед на самиот профил кој сè повеќе ќе станува „зелен“.

Концептот на „зелени работни места“ опфаќа широк спектар вештини, образовни нивоа и профили на професии. Ова се однесува особено на т.н. индиректни работни места, т.е. на оние во индустриите што се јавуваат во улога на добавувач на материјали и услуги. Имајќи го предвид сето претходно, се чини дека од аспект на мерливоста, за „зелените работни места“ најадекватна е следнава дефиниција: „зелено работно место“ е она кај кое работата/вложениот труд е од суштинско значење за обезбедување производи или услуги со кои се подобрува енергетската ефикасност, се проширува употребата на обновливи извори на енергија или се дава поддршка на одржливоста на квалитетот на животната средина. Всушност, ваквото работно место вклучува работа во

која било од „зелените“ економски активности, односно категории: работа со обновливи извори на енергија и алтернативни горива; енергетска ефикасност и конзервација; мерки против загадувањето, отпадот и управување, спречување и намалување на стакленичките гасови; расчистување и санација на загадената животна средина; одржливо земјоделство и конзервација на природните ресурси; образование, регулација, подигање на јавната свест и обука за енергетско тргување.

2. Статистичко мерење и евидентирање на „зелените работни места“

Во современи услови, потребни се серија квантификации, проценки и проекции на „зелените работни места“, со цел да се надминат значителни недостатоци. Во принцип, секоја влада, т.е. официјална статистичка институција во една земја, мора да воспостави статистички извештаи и категории кои ќе ги препознаат и ќе овозможат опфат на релевантните „зелени“ вработувања, како во новорастечките индустрии, така и во постоечките сектори. Исто така, владите и статистичките институции треба да се соочат со предизвикот од моделирање и економетриско проучување и тоа не само на т.н. директни „зелени работни места“, туку и на оние кои се поврзани на помалку или повеќе индиректен начин. Деловните здруженија (коморите) и синдикатите можат да играат корисна улога во оваа смисла. Тие можат да помогнат со спроведувањето анкети и дефинирањето на одделни профили на „зелени работни места“.

Сепак, истражувањата на „зелените работни места“ се соочуваат со дополнителни предизвици, од кои првата е, секако, прецизно дефинирање, т.е. избор на адекватна дефиниција на она што всушност претставува „зеленото работно место“. Голем број т.н. „зелени технологии“ се нови и опфаќаат релативно мал дел од пазарот, истовремено без да нудат доволна економија од обем. Иако е разумно да се очекува дека барем дел од овие технологии ќе продолжат да се развиваат и дека во иднина ќе понудат пониски трошоци за нивна експлоатација, сепак е тешко сите овие технологии да се споредат и да се одделат оние кои би се јавиле во улога на фаворити. Дури и под претпоставка дека ќе се изнајде одговор на претходните дилеми, сепак остануваат непознаниците околу: бројот на луѓе кои ќе бидат вработени при имплементирањето на одредена технологија, кои и какви вештини ќе бидат потребни на овие работни места, каков вид поддршка за влез на пазарот ќе им биде потребен на овие технологии итн. Неодговорени ќе останат уште многу прашања. А без овие одговори, прецизноста на претпоставките во врска со трошокот, цената и платата, направени во текот на моделирањето, ќе биде ставена под сериозен знак прашалник.

Анкетниот пристап се чини дека е најдобриот метод за проценка на „зелените работни места“ во услови кога официјалните статистички

класификации сè уште не се структурирани на начин да можат да ги разликуваат „зелените“ работници од другите работници во ист сектор или професија. Значи, постои потреба од истражување кое ќе воспостави стандарден сет на дефиниции и методологии, како и потреба за доволно флексибилен пристап за да може да се примени најадекватната дефиниција за „зелени работни места“ во дадениот момент.

При проценката на вработувањата во контекст на „зелената економија“, работното место е основна единица на набљудување. Работните места можат да се разликуваат според секторот (т.е. индустријата) и може да се класифицираат според добиениот производ или услуга, потоа според видот на извршената работа, но и според локацијата. Оттука, деловните/бизнис анкети претставуваат, веројатно, најдобар метод за проценка и за следење на трендовите кај „зелените работни места“. Истражувањата треба да бидат така дизајнирани за да може да се идентификуваат „зелените активности“ спроведени во рамките на одредена компанија, како и работните места поврзани со овие активности.

Статистичкото евидентирање на креираните „зелени работни места“ и опортунитетниот трошок на „зелените инвестиции“ заслужуваат посебно внимание. Често пати недостига соодветна компарација на економските влијанија на слични инвестиции во други сегменти на економијата (енергетика или неенергетски сектори). Голем број студии ги нудат инвестициите во „зелени работни места“ како решение за економската криза или рецесија. Доколку се следи ваквиот Кејнзијански пристап, тогаш треба да се нагласи дека во рамките на секоја национална економија постојат и други сектори, а не само оние со „зелен“ предзнак, кои би овозможиле креирање поголем број работни места за истиот обем инвестиции.

Проценката на економското влијание, вклучувајќи го создавањето работни места, кај една поголема инвестиција е многу тешко да се реализира, имајќи ги предвид повеќекратните ефекти кои можат да се променат со текот на времето. Освен тоа, многу често можат да се јават неочекувани консеквенции. Колку е подолг временскиот хоризонт опфатен со анализата, толку повеќе губат на значење input-output коефициентите за предвидување на идните работни места. Во случајот на „зелените работни места“, постојат низа дополнителни компликации, како што се нивната дефиниција и претпоставениот интензитет на вложен труд. Освен тоа, многу од овие сектори/индустрии се релативно нови, а некои технологии не се дури ни ефектуирани од комерцијален аспект. Во ваков случај, проценките на работните места според денар реализирана инвестиција или според единичен енергетски аутпут зависи од мала група податоци, која најверојатно ги прави несигурни ваквите проценки. Владината поддршка во форма на субвенции, даночни олеснувања и слично, дополнително ја комплицира анализата, бидејќи овие политики ги дисторзираат компаративните трошковни предности и недостатоци и често можат да

доведат до усвојување поскапи технологии кои влијаат на останатиот дел од економијата. Сите овие несигурности негативно се одразуваат на прецизноста во моделирањето и ја наметнуваат потребата од дополнително сценарио и сензитивна анализа за да се покријат сите разумни патеки на развој во дадениот момент.

Економската наука одамна расчистила со заблудата дека владата/државата е единствениот субјект кој создава работни места. Всушност, работните места се креирани како резултат на подготвеноста на претприемачите да го инвестираат својот или позајмениот капитал, на што подоцна се надоврзува побарувачката на потрошувачите за нивните производи и услуги. Од оваа гледна точка, зачудувачки делува констатацијата дека голем број студии за „зелените работни места“ содржат вакви погрешни претпоставки, дури користат и неточни методи. Економската политика не може да се заснова на ваква погрешна анализа. Пред донесувањето на каква било мерка на економската политика во врска со „зелените работни места“, потребна е сериозна економска анализа на трошоците и користа од евентуалното преземање одредена мерка. Студиите за „зелени работни места“ и приврзаниците на овој концепт, кои на евентуалното создавање вакви работни места гледаат само и исклучиво од позитивен аспект, прават фундаментална грешка. Имено, секое работно место претставува некаков трошок во процесот на производство. Приврзаниците на овој концепт често како потврда на исправноста на тезата дека „зелените работни места“ се нужни без оглед на трошковните консеквенци, го нудат тврдењето дека одржливата технологија за производство на електрична енергија, за транспорт, или за производство на храна ќе бара повеќе труд по единица производ отколку конвенционалните методи. Ова е всушност трошок, а не придобивка како што најчесто се тврди. Во позадина на сето ова лежи намалената продуктивност на трудот, а тоа не е ништо друго освен јасно трасиран пат кон намалена конкурентност.

Во овој контекст добредојдено е објаснувањето на францускиот економист Фредерик Бастиа. Имено, уште во 1850 година, Бастиа зборува за заблудата на „скршениот прозорец“. Тој објаснува дека скршениот прозорец на еден дуќан од страна на децата кои си играле со топка во негова близина, може да биде причина за позитивна верижна реакција која ќе доведе до пораст на бизнисот кај одреден број претприемачи (почнувајќи од стакларот кој ќе заработи со поправка на скршениот прозорец, па сè до продавачот на храна и кројачот), но тоа никако не значи дека, со цел да се стимулира економската активност на стакларите, треба да се поттикнуваат децата да кршат што повеќе прозорци на околните дуќани!

3. Светски искуства во креирањето „зелени работни места“

И покрај сознанието дека од државата не може да се очекува креирање на „зелени работни места“, сепак тоа не значи нејзино комплетно отсуство од оваа сфера. Имено, врз основа на досегашните искуства во разни сфери, јасно е дека чисто пазарниот пристап кај процесот на креирање вакви работни места нема да биде во можност да ги испорача потребните промени кои според обемот и брзината се наметнати од страна на промените во квалитетот на животната средина и посебно на климатските промени. Со цел да се искористат позитивните искуства и примери на претприемачки иницијативи и регулаторни одлуки кои се однесуваат или директно влијаат на креирањето „зелени работни места“, неопходна е соодветна анализа на светските искуства. Во принцип, анализата може да се користи со top-down пристапот, опфаќајќи одредени држави и регионални групации, а кога се истражуваат конкретни примени на концептот на „зелени работни места“ би можел да се примени bottom-up пристапот.

Досегашните релативно скромни искуства зборуваат дека најнапредно промовирање и примена на концептот на „зелени работни места“ е реализиран пред сè во високо развиените земји: САД, Канада, земјите членки на ЕУ и Австралија. Студиите на случај и соодветната литература од Европа, Америка и Австралија покажуваат дека за да може да се раздвижат соодветните потенцијали на една национална економија (пред сè во градежништвото), во поравец на реализирање сериозна обнова за повисока енергетска ефикасност на станбениот фонд и фондот на деловни објекти, неопходен е организиран пристап кој ќе овозможи преквалификации и надоградување на постојните квалификации (up-skilling) на работната сила. Ваквите можности за преквалификации и надоградување на постојните квалификации треба да бидат достапни на краток до среден рок, што дополнително го усложнува самиот проблем, имајќи предвид дека се работи за комплексни и нови т.н. „зелени вештини“. За оваа намена, наставните планови и предметните програми во средните стручни училишта, како и на универзитетите, описот на работните места и вештини, треба да се однесуваат и да ги имаат предвид не само квалификациите кои се потребни за да се изврши одредена работна обврска, поврзана со повисока енергетска ефикасност, туку и со обука на обучувачи, како и подготовка на специјалисти за односи со јавноста на полето на „зелена комуникација“. Сето претходно е потребно за да се произведе основа за подигање на свеста за заштеда на енергија, како и придобивките од тоа меѓу домаќинствата и заедниците на домување.

Практичните искуства од голем број земји покажуваат дека имплементацијата на концептот на „зелени работни места“ многу често бара партнерства и сојузи кои ќе можат да го поврзат и оживотворат потенцијалот за обнова за повисока енергетска ефикасност на станбените и

на деловните објекти. Имено, можностите за нови „зелени работни места“ не се ограничени само на работниците и на вработените, туку ги засегаат и самите претприемачи. Всушност, ова е погодно тло за дополнително потенцирање на улогата на малите и на средните претпријатија (МСП), бидејќи иновативните МСП можат да ја одиграат клучната улога на медиум кој на краток рок може да понуди мултипликативни ефекти во процесот на создавање „зелени работни места“. Впрочем, американските федерални иницијативи и иницијативите на ниво на ЕУ и нејзините одделни земји членки, во контекст на креирањето „зелени работни места“, ориентирани се токму кон стимулирање иновативни применети истражувања во секторот на мали и на средни претпријатија.

4. Можности и активности за креирање „зелени работни места“ во Р. Македонија

Во контекст на севкупните реформи на економскиот и општествениот систем што Р. Македонија како земја-кандидат за членство во ЕУ ги спроведува, соодветно место заземаат предизвиците за ефикасно реформирање на енергетскиот сектор. Постигнувањето повисоко ниво на енергетска ефикасност во целост се вклопува во неопходните промени низ кои проаѓа секторот енергетика.

Општо познат е фактот дека насоката на развој на енергетскиот сектор содржи сериозни консеквенции за севкупниот развој и раст на националната економија, како и за заштита на животната средина. Секако, од ваквите консеквенции не е поштеден ниту секторот на домаќинствата. Оттука, енергетската ефикасност се наметнува како потреба со високо ниво на приоритет. Ова дополнително се потврдува со фактот што индустрискиот сектор во Р. Македонија сè уште троши повеќе енергија по единица производ од поголемиот дел индустрискиот сектор во Европа, што претставува причина за пониското ниво на конкурентност.

Постојното технолошко ниво на кое се наоѓа македонската економија не е оптимално. Тоа остава доволно простор за промоција и за примена на нови технологии. Во услови на високо изразени финансиски дефицити, може да радува фактот дека потребните технологии не мора да припаѓаат на категоријата високи технологии. Оттука произлегува констатацијата дека сепак постојат бројни можности за подобрување, преку усвојување потврдени и расположливи технологии, како што се контролите и изолацијата. Што е уште поважно, пошироката примена на ваквите технологии, на среден рок може да индуцира создавање нови бизниси и нови работни места, од кои најголем број би биле „зелени работни места“. На сето претходно, се надоврзува непобитниот факт за ограничените енергетски ресурси на Р. Македонија, со што уште повеќе добива на значење потребата од реализирање практики на енергетска

ефикасност. Тоа само по себе го носи и креирањето „зелени работни места“, т.е. трансформација во овој правец на дел од постојните работни места.

Заштедата на енергија може да има значајна економска и финансиска вредност дури и во тешки економски услови, каков што е случајот со бројни македонски семејства. Деловните активности што се однесуваат на подигање на нивото на енергетска ефикасност, опфаќаат широка примена на современи технолошки решенија, но од друга страна се карактеризираат и со значителна примена на работна сила, што само по себе е погодно тло за нови вработувања, т.е. за креирање „зелени работни места“. Секако, од аспект на долгорочно невработените и сиромашните, енергетската ефикасност не е од висок приоритет, особено доколку тие подразбираат некаква форма на инвестиција. Во такви случаи, од Владата/државата се очекува да обезбеди одредена форма на социјална помош, бидејќи поефикасната употреба на енергијата е економски оправдано на национално ниво.

За време на двеценискиот период на транзиција, пазарот на работна сила во Р. Македонија покажува карактеристики на целосна неурамнотеженост. Како резултат на значително повисоката понуда во однос на побарувачката на работна сила, во текот на целиот овој период се регистрираат високи стапки на невработеност. На ова се надоврзува нискиот степен на флексибилност на овој пазар, како и неповолната структура на работната сила. Ригидниот пазар на работна сила и несоодветните структури на страната на понудата на работна сила (особено од аспект на степенот на образование, возраст и време на чекање), имаат негативно влијание врз создавањето погоден амбиент за креирање нови работни места.

Ваквите неповолни структури на невработените негативно влијаат на климата за инвестирање. Оттука, од страна на Владата треба да се очекува да бидат преземени мерки кои ќе бидат насочени кон подобрување на структурата на работната сила, особено од аспект на степенот на образование. Покрај формалното образование, многу значајна е улогата на неформалното образование. За таа цел, во фокусот на внимание треба да бидат поставени активните политики на пазарот на трудот.

Во однос на очекуваната динамика на работната сила, до денес не е забележан недостиг на работници во традиционалните професионални активности (сидари, столари, водоинсталатери, електричари, покривачи, монтажери на прозорски рамки, инсталатери на топлинска изолација, итн.). На среден рок (до 2020 година) се претпоставува дека дел од постојната работна сила ќе биде пензиониран, што како претпоставка ја наметнува потребата од обука на околу една петтина нови работници, првенствено млади луѓе од социјално загрозувани слоеви на населението. Сепак, како резултат на постојаната примена на нови нискоенергетски решенија во градежната практика, се претпоставува дека скоро сите работници треба да

бидат опфатени (иако на различни нивоа) со продолжена стручна обука посветена на основните принципи на енергетска ефикасност и тоа на самото работно место или преку специјализирани програми за обука.

Од друга страна, понудата на стручна работна сила, т.е. специјалисти за инсталација и одржување на главните обновливи енергетски системи во станбените и во деловните згради и нивото на квалификација на работната сила е доста ограничена. Имено, постепено започнува да се чувствува недостиг на инсталатери/монтери кај одделните системи (мали котли што користат биомаса, фотонапонски и соларни термални системи, геотермални системи и топлински пумпи, мини турбини на ветер). Оттука се јавува потребата од нови специјализирани шеми за обука кои треба да се развиваат и да се воведуваат во системот за обука, со стапка на раст слична или дури и повисока од темпото на воведување на ваквите системи во градежната практика во Р. Македонија.

Имајќи ја предвид претходно анализираната состојба, во случајот на Р. Македонија, по повод можностите за креирање „зелени работни места“, можат да се идентификуваат одреден број значителни бариери. Притоа, тешко е ваквите бариери да се врзат за одреден пазар или област на влијание на економската политика, како и да се предложи кохерентна рамка за нивно надминување. Едноставно, многу од прашањата се преклопуваат и доведуваат до загриженост кај менаџерите на градежните компании, производителите и добавувачите на градежни производи и технологии, креаторите на политиките, домаќинствата, итн. Бариерите би можеле да ги спречат поединците и бизнисите да ги искористат можностите за енергетска ефикасност и да ги превенираат од креирање „зелени работни места“. Во основа, сите бариери можат да се поделат на неколку категории:

- Бариери од организационен карактер.
- Пазарни/финансиски бариери.
- Бариери во правната сфера.
- Бариери во сферата на политиката.
- Бариери од технички карактер.
- Бариери содржани во самиот градежен сектор.
- Бариери во системот на стручно образование и обука.

Можните мерки и препораки кои би создале предуслови за креирање „зелени работни места“ преку имплементација на решенија за енергетска ефикасност, со посебен акцент на станбениот фонд, можат да бидат поделени во неколку области: најпрвин, тоа можат да бидат правни и регулаторни мерки кои се сведуваат на промени и дополнувања на Законот за градење, како и подготовка на енергетски кодови за станбените згради. На нив се надоврзуваат евентуалните механизми за поддршка, т.е. мерки за зголемување бројот на проекти за енергетска ефикасност во Р. Македонија. Заедно со правно-регулаторните мерки, овие мерки можат да го зајакнат капацитетот и континуируваниот развој на институциите, кои ќе создадат

предуслови за енергетска ефикасност во различни сектори. Ваквите мерки во основа се однесуваат на владина/државна помош за воспоставување компании за енергетски услуги (ЕСКО), потоа подготовка на основа за формирање фонд за енергетска ефикасност. Во овој контекст свое место можат да најдат и одделните форми на јавно-приватни партнерства на ниво на локалната самоуправа.

Секако, сетот на мерки за поттикнување на креирањето „зелени работни места“ не може да биде комплетен без соодветните мерки во сферата на образованието, потоа економските/фискални мерки, како и мерките кои Владата ги презема на пазарот на работна сила. Што се однесува до образовните мерки, тие може да се фокусираат на градење капацитети за професионално и стручно образование, едукација и подигање на свеста за потребата од енергетска ефикасност на сите нивоа (пред сè кај работодавачите, но и кај вработените, како и кај државните институции). Економските мерки имаат првенствено фискален карактер. Во оваа група спаѓаат: реално утврдување на цената на енергенсите и соодветна тарифна политика, потоа мерки од даночната сфера во правец на овозможување даночни бенефиции за енергетски ефикасна опрема и апарати за домаќинство, како и намалени царински давачки за увоз на енергетски ефикасна опрема, државни гаранции за заеми со намена за инвестирање во енергетски ефикасни објекти, како и изготвување соодветни прописи и стандарди за рационално користење на енергијата.

На крај, не помалку значајни се и мерките од доменот на активните политики на пазарот на трудот. Во наредниот период Владата треба да ги насочи своите активни политики кон надградба на постојните и развој на нови програми, како и кон определени целни групи за добивање нови „зелени работни места“. Притоа, во фокусот на интересот на носителите на овие политики треба да се најдат, во прв ред, програмите за обука на работната сила, програми кои стимулираат вработување во приватниот сектор (доделување грантови за самовработување, како и даночни олеснувања за нововработени лица), потоа програми за дополнителна едукација на невработени лица, и сето ова со акцент на „зелените работни места“.

Заклучни согледувања

Во современи услови, на глобално ниво, се одвива сериозна дебата во врска со прашањето за т.н. „зелени работни места“. Природата на „зелените работни места“ и нивната траекторија на пазарот на трудот, претставува многу сензитивна тема во стручната литература, презентирани низ различни пристапи и дефиниции. Сепак, како „зелено работно место“ се смета она кај кое работата/вложениот труд е од суштинско значење за обезбедување производи или услуги со кои се подобрува енергетската

ефикасност, се проширува употребата на обновливи извори на енергија или се дава поддршка на одржливоста на квалитетот на животната средина.

Во современи услови, потребни се серија квантификации, проценки и проекции на „зелените работни места“, со цел нивен квантитативен опфат и надминување на низа методолошки недостатоци. Најнапредно промовирање и примена на концептот на „зелени работни места“ досега е реализиран во високо развиените земји: САД, Канада, земјите членки на ЕУ и во Австралија. Во случајот на Р. Македонија, по повод можностите за креирање „зелени работни места“, можат да се идентификуваат одреден број бариери, за чие надминување треба да се преземат низа мерки и активности од страна на Владата.

Користена литература

- Alvarez Calzada Gabriel, Jara Merino Raquel, and Julián Juan Ramón Rallo (2009): *Study of the effects on employment of public aid to renewable energy sources*, Universidad Rey Juan Carlos, March.
- Annandale, D., Morrison-Saunders, A. & Duxbury, L. (2004): „Regional sustainability initiatives: the growth of green jobs in Australia“, *Local Environment*, 9:1, pp. 81-87.
- Baker Susan and Eckerberg Katarina (2007): „Governance for Sustainable Development in Sweden: The Experience of the Local Investment Programme“, *Local Environment*, Vol. 12, No. 4, Routledge, August, pp. 325-342.
- Bezdek Roger (2007): *Renewable Energy and Energy Efficiency: Economic Drivers for the 21st Century*, Boulder, CO: American Solar Energy Society.
- Bill, A., Mitchell, W. and Welters, R. (2008) *A Just Transition to a Renewable Energy Economy in the Hunter Region, Australia*, CoffEE, Newcastle.
- Build up skills – Macedonia (2012): *Извештај за капацитетите на градежниот сектор во областа на енергетската ефикасност и обновливите извори на енергија*, Стопанска комора на Македонија, Агенција за енергетика на РМ, Креација, Скопје, декември.
- Crowley, K. (1999): „Jobs and environment: the "double dividend" of ecological modernisation?“ *International Journal of Social Economics*, No. 26, pp. 1013-1026.
- Dierdorff, E.C., Norton, J.J., Drewes, D.W., Kroustalis, C.M., Rivkin, D, and Lewis, P. (2009). *Greening of the World of Work: Implications for O*NET-SOC and New and Emerging Occupations*. Raleigh, NC: National Center for O*NET Development. from <http://www.onetcenter.org/reports/Green.html>.
- Duero Arash and Kopp Sandu-Daniel (2012): *Green Energy – Green Business: New Financial and Policy Instruments for Sustainable Growth in the EU*, Centre for European Studies. Brussels.
- Dunn Dapolito Alexandra (2010): “Siting Green Infrastructure: Legal and Policy Solutions to Alleviate Urban Poverty and Promote Healthy Communities”, *Environmental Affairs*, Vol. 37:41, pp. 41-66.
- Goods Caleb: „Labour Unions, the Environment and ‘Green Jobs‘“, *Journal of Australian Political Economy*, No. 67, pp. 47-67.

- Gregson, J. A. (2010). „A conceptual framework for green career and technical education: Sustainability and the development of a green-collar workforce“, *Journal of Technical Education and Training*, 2(1), 123-135.
- Green Kenneth P. and Eisen Ben (2011): *Green Jobs: The European Experience*, The Frontier Centre for Public Policy, Policy Series No. 106, April.
- Griswold Wendy (2013), „Community Education and Green Jobs – Acknowledging Existing Connection“, *Adult Learning*, Vol. 24, No. 1, February, pp. 30-36.
- Kammen, D, Kapadia, K. and Fripp, M. (2004) *Putting renewables to work: how many jobs can the clean energy industry generate?* RAEL report, University of California Berkeley.
- Pearce Alicia and Stilwell Frank: „Green-Collar Jobs: Employment impacts of Climate Change Policies“, *Journal of Australian Political Economy*, No. 62. pp. 120-138.
- Pollin, R. and Wicks-Lim, J (2008): *Job opportunities for the green economy: a state-by-state picture of occupations that gain from green investments*, Political Economy Research Unit, University of Massachusetts, Amherst, June.
- Tuerck David G., Powell Benjamin, and Bashman Paul (2009): *“Green Collar” Job Creation: A Critical Analysis*, The Beacon Hill Institute at Suffolk University, Boston.
- Wagner Cecelia (2013): „Adult Learning Meets the Green Economy: Lessons From a Green Jobs Education Project“, *Adult Learning*, Vo. 24, No. 1, February, pp. 14-21.
- Woods, J. (2009). *Measurement and analysis of employment in the green economy: Workforce information council green jobs study group final report*. Washington, DC: U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics.
- Worldwatch Institute (2008) *Green Jobs: Towards Decent Work in a Sustainable, Low-Carbon World*, Worldwatch Institute with technical assistance by the Cornell University Labor Institute, for the United Nations Environmental Program (UNEP), Nairobi.

DILEMAS AND CHALINGES FOR THE CONCEPT – GREEN JOBS – MACEDONIAN CASE

Pece Nedanovski, Ph.D.

Abstract

Globally, a debate is taking place on energy and the environment, including what constitutes green economic activity and green jobs. The nature of green jobs and their labor market trajectory remain highly contested topics in the labor market literature. Measurable definition of the green job says that green job is one in which the work is essential to providing products or services that improve energy efficiency, expand the use of renewable energy, or support environmental sustainability.

Today we need a series of quantifications, estimates, and projections of green jobs in order to overcome the substantial data gaps. Governments must

establish statistical reporting categories that recognize and help capture relevant employment in both newly emerging industries and green employment in established sectors. The most advanced promotion and implementation of the green jobs' concept is recorded in the USA, Canada, the European Union (several member-states), as well as in Australia. In the case of the R. of Macedonia, a significant numbers of barriers related to the creation of green jobs could be identified. In order to overcome them, the Government should practice several measures that could lead to creation of green jobs via implementation solutions for energy efficiencies with particular punctuation on the residential sector.

Key words: *green jobs, energy efficiency, R. of Macedonia.*

**ДАЛИ ВИКЕНД ЕФЕКТОТ Е
ПРИСУТЕН ЗА ВРЕМЕ НА
ФИНАНСИСКАТА КРИЗА?
ДОКАЗИ ОД ИЗБРАНИ
БАЛКАНСКИ БЕРЗИ НА
ХАРТИИ ОД ВРЕДНОСТ**

Д-р Драган Тевдовски

Апстракт:

Целта на овој труд е да го испита постоењето на викенд ефектот за време на скорешната глобална финансиска криза, во дневните приноси на избрани берзански индекси од Балканот: MBI10 (Македонска берза), BELEX15 (Белградска берза), SOFIX (Софиска берза) и CROBEX (Загребска берза). Се користи регресионен модел со вештачки променливи. Присуството на викенд ефектот се докажува само кај Загребската берза. Просечниот дневен принос на CROBEX во понеделникот е понизок во останатите денови во неделата и негативен. Кај останатите три берзи (Македонската, Белградската и Софиската берза) викенд ефектот не постои. Сепак, кај нив се јавуваат одредени елементи кои потсетуваат на викенд ефектот. Така, просечниот принос во понеделник на SOFIX индексот е помал од оној во петок, но, сепак, просечниот принос во понеделник статистички значајно не се разликува од останатите денови во неделата. Слично, кај MBI10 индексот и кај BELEX15 индексот, просечниот принос во понеделник статистички значајно не се разликува од просечните приноси во останатите денови во неделата, иако во набљудуваниот период просечниот принос во понеделник е генерално понизок од останатите денови од неделата и негативен.

Клучни зборови: *викенд ефект, календарски аномалии, дневни приноси, берзански индекс, Балкан.*

Вовед

Календарските ефекти се едни од најинтересните и најиспитуваните аномалии на хипотезата на ефикасен пазар во релевантната светска литература. Но, за жал, тие се скоро игнорирани во нашиот регион. Целта

на овој труд е да го испита постоењето на еден календарски ефект - викенд ефектот врз приносите на избрани берзански индекси од Балканот и тоа за време на последната глобалната финансиска криза.

Хипотезата за ефикасен пазар на Фама (Fama, 1965) претпоставува дека финансиските пазари се информациски ефикасни. Таа во својот најблаг облик тврди дека цените на тргуваните акции веќе ги содржат сите минати информации. И како резултат на тоа, инвеститорите не можат да остварат натпросечни приноси, тргувајќи со акции. Сепак, многу емпириски студии покажуваат дека во приносите на акциите се среќаваат сезонски или циклични варирања кои се појавуваат во одредени временски периоди, кои се нарекуваат календарски ефекти или аномалии. Нивното постоење означува прекршување на хипотезата за ефикасен пазар според бихејвиористичките економисти (пример, Канеман и Тверски), иако Фама и неговите поборници, како Френч, тоа го негираат, меѓутоа, сепак, го признаваат нивното постоење и тоа го објаснуваат со случајност. Како и да е, самото постоење на календарските ефекти значи дека инвеститорите можат да дизајнираат стратегии за остварување на натпросечни приноси.

Постојат различни видови на календарски ефекти, како на пример: викенд ефект, ефектот на крајот од месецот, ефектот на месецот во годината и ефектот на летен одмор. Фокусот на трудот е на викенд ефектот, кој уште се нарекува и ефект на понеделникот. Според теоријата (календарски временски модели), приносите во понеделник ја претставуваат инвестицијата од три календарски денови, од затворањето на берзата во петок до отворањето во понеделник, додека приносите во останатите денови во неделата претставуваат инвестиции од еден ден и затоа ако очекуваниот принос е линеарна функција од периодот на инвестиција, мерен во календарско време, тогаш просечниот принос во понеделник треба да биде три пати повисок од другите денови во неделата. Исто така, ако процесот на генерирање на приносите се врши за време на тргувањето (временски модели на тргување), тогаш приносите во сите пет денови во неделата претставуваат инвестиција од еден ден и просечниот принос треба да биде ист во секој ден од неделата (French, 1980). Сепак, спротивно на теоријата, викенд ефектот означува дека просечниот принос во понеделник е: (1) понизок од другите денови во неделата и (2) негативен.

Објаснувањата за овој ефект се бројни, но најчесто се застапени две. Првото објаснување е дека инвеститорите имаат тенденција да продаваат во понеделник по ревизијата на нивните портфолија за време на викендот (Miller, 1988). Притоа, Chen and Singal (2003) емпириски покажуваат дека инвеститорите ги затвораат кратките позиции (купуваат) во петок и ги отвораат повторно во понеделник (продаваат). Второто објаснување е комплементарно со првото: фирмите имаат тенденција во петок да ги соопштуваат лошите вести (Dyl and Maberly, 1988). Сепак, Taylor (2008) смета дека не е дадено задоволувачко објаснување за викенд

ефектот. Како и да е, постојат голем број на студии кои покажуваат дека овој ефект исчезнува кога ќе биде предочен на инвестиционата заедница Taylor (2005).

Во овој труд постоењето на викенд ефектот се испитува на водечките индекси на четири избрани берзи на хартии од вредност од балканскиот регион: MBI10 (Македонска берза), BELEX15 (Белградска берза), SOFIX (Софиска берза) и CROBEX (Загрепска берза). Анализата го опфаќа периодот во кој доминира глобалната финансиска криза: од првиот ден на тргување на берзите во 2007 година до последниот ден на тргување на 2011 година. Главна карактеристика на периодот е мечкиниот пазар кој започнува на набљудуваните берзи од средината на 2007 година. Се користат дневни приноси.

Резултатите на трудов покажуваат дека CROBEX индексот, односно на Загрепската берза постои викенд ефектот за време на глобалната финансиска криза. Имено, просечниот принос на индексот во понеделник е негативен и понизок од останатите денови во неделата. Кај останатите три берзански индекси, иако генерално се јавуваат елементи на викенд ефектот, резултатите не се статистички значајни.

Трудот ја има следнава структура: во вториот дел се коментирани поважните емпириски студии за календарските ефекти; методологијата и описот на податоците се претставени во третиот и во четвртиот дел; емпириските резултати се прикажани во петтиот дел; и на крајот се дадени заклучните согледувања.

1. Преглед на релевантната литература

Постојат голем број научни студии кои се обидуваат да го докажат постоењето на календарските ефекти. Cross (1973) е еден од првите кој го изучува викенд ефектот, но притоа не користи статистички модели. Тој ги анализира приносите на Стандард и Пурс 500 индексот (S&P 500) за време на периодот од 1953 до 1970 година и заклучува дека просечниот принос во петок (0.12 проценти) е повисок од тој во понеделник (-0.18 проценти). До сличен заклучок доаѓа и French (1980), кој го изучува S&P 500 за периодот од 1953 до 1977 година и открива дека приносите во понеделник се пониски од другите денови во неделата за 0.2 проценти во просек и дека просечните приноси во понеделник се негативни во дури 20 од вкупно 25 години. Исто така, Gibbons and Hess (1981) го анализираат Дау Џонс индустрискиот индекс (Dow Jones Industrial Index) и откриваат дека просечните приноси во понеделник се негативни.

Rogalski (1984) е првиот кој користи регресионен модел, F и t-статистики, и открива дека приносите на акциите во понеделник се негативни, но притоа резултатите не се статистички значајни. Aggarwal and Tandon (1994) со користење на регресионен модел со вештачки

променливи заклучува дека просечните приноси во понеделник се негативни во 13 земји, а добиените резултати се статистички значајни само во 7 земји. Тие, исто така, покажуваат дека просечните приноси во петок се позитивни и статистички значајни во најголемиот број од земјите.

Поновите студии покажуваат дека календарските ефекти почнуваат да исчезнуваат. Rubinstein (2001), Schwert (2001) и Steely (2001) откриваат дека календарските ефекти стануваат сè послаби, особено во пазарите на хартии од вредност од развиените земји. Sullivan, Timmerman and White (2001) заклучуваат дека календарските ефекти не се повеќе статистички значајни. Chukwuogor-Ndu (2006) го анализира викенд ефектот во 15 европски берзи на хартии од вредност и открива дека тој се јавува само кај 7 берзи.

Спротивно на богатата емпириска литература за викенд ефектот во приносите на берзите од развиените земји, според знаењето на авторот, постојат само неколку студии кои го испитуваат овој ефект во приносите на берзите од балканскиот регион. Georgantopoulos и други (2011) го испитуваат постоењето на пет календарски ефекти (ефектот на денот во неделата, јануарскиот ефект, ефектот на половина месец, ефектот на крајот од месецот и ефектот на денот во месецот) во приносите на индексите на пет берзи (романската, бугарската, хрватската, турската и грчката) за време на периодот од 2000 до 2008 година. Тие покажуваат дека постојат три календарски ефекти (ефектот на денот во неделата, ефектот на крајот од месецот и ефектот на денот во месецот) во грчката и во турската берза на хартии од вредност, додека присуството на календарските ефекти кај останатите три берзи од Балканот е ограничено и постои само кај волатилноста. Karadzic and Backovic Vulic (2011) истакнуваат дека кај црногорската берза на хартии од вредност не постојат следниве три календарски ефекти: јануарскиот ефект, ефектот на крајот на месецот и ефектот на летен одмор. Scrinjaric (2012) ги објаснува теоретските основи на календарските ефекти, без да навлегува во емпириска анализа.

Календарските ефекти на македонската берза ги истражува Тевдовски (2009). Тој покажува дека во периодот 2005-2008 година на берзата не постојат викенд ефектот (просечниот принос во понеделник е понизок од останатите денови во неделата, но разликите не се статистички значајни) и јануарскиот ефект. Сепак, во трудот се покажани статистички значајни разлики во приносите на македонскиот берзански индекс помеѓу кварталите во годината.

2. Методологија

Викенд ефектот се анализира со модел, оригинално предложен од French (1980), а користен во многу студии, меѓу кои поважни се Rogalski

(1984), Jaffe and Westerfield (1989), Agrawal and Tandon (1994) и Mills and Couts (1995). Тоа е регресионен модел со вештачки променливи:

$$Y_i = \beta_1 + \beta_2 D_{2i} + \beta_3 D_{3i} + \beta_4 D_{4i} + \beta_5 D_{5i} + u_i$$

каде Y_i е дневен принос на соодветниот берзански индекс, а со D се означени вештачките променливи, притоа D_{2i} зема вредност 1 ако е вторник и 0 во сите други случаи; D_{3i} зема вредност 1 ако е среда и 0 во сите други случаи; D_{4i} зема вредност 1 ако е четврток и 0 во сите други случаи; и D_{5i} зема вредност 1 ако е петок и 0 во сите други случаи. Понеделникот претставува контролна категорија. Коефициентот на отсечокот β_1 ја претставува просечната вредност на контролната категорија, односно го покажува просечниот дневен принос на соодветниот индекс во понеделник. Коефициентите на нагиб, β_2 до β_5 , покажуваат за колку се разликува просечната вредност на категоријата која зема вредност 1 од контролната категорија, односно ја претставуваат разликата помеѓу просечниот дневен принос во понеделник и просечниот дневен логаритмиран принос во секој друг ден од неделата. Случајната грешка на моделот се означува со u_i .

Во моделот е креирана една вештачка променлива помалку од бројот на категории (4 вештачки променливи за 5 денови), со цел да се избегне проблемот на перфектна колинеарност, односно егзактна линеарна врска помеѓу променливите, кој се јавува во случај кога има вештачки променливи колку и категории и плус коефициент на отсечокот (за повеќе видете Gujarati 2004). На овој начин се опфатени сите можни случаи: за деновите од вторник до петок е очигледно, додека понеделник се добива со вредност 0 на сите четири вештачки променливи.

Ако не постојат разлики помеѓу просечните приноси на берзанскиот индекс во различни денови од неделата, тогаш коефициентите од β_2 до β_5 треба да се еднакви на нула. Затоа, нултата хипотеза на релевантниот тест на Валд се поставува како:

$$H_0 : \beta_i = 0 \text{ за } i = 2, \dots, 5.$$

Отфрлањето на нултата хипотеза значи дека просечните приноси на индексот се разликуваат помеѓу деновите во неделата, односно дека постои некој облик на сезоналност според денот во неделата (Georgantopoulos and Tsamis, 2011).

3. Опис на податоците

Базата на податоци ја сочинуваат водечките индекси на четири избрани берзи од Балканот: MBI10 (Македонска берза), BELEX15

(Белградска берза), SOFIX (Софиска берза) и CROBEX (Загребска берза). За период на набљудување е избран периодот од првиот ден на тргување на соодветната берза во 2007 година (2 јануари за CROBEX, 3 јануари за MBI10 и SOFIX и 8 јануари за BELEX15), до последниот ден на тргување во 2011 година (29 декември за MBI10, а 30 декември за останатите индекси), со намера негова главна карактеристика да биде влијанието на глобална финансиска криза.

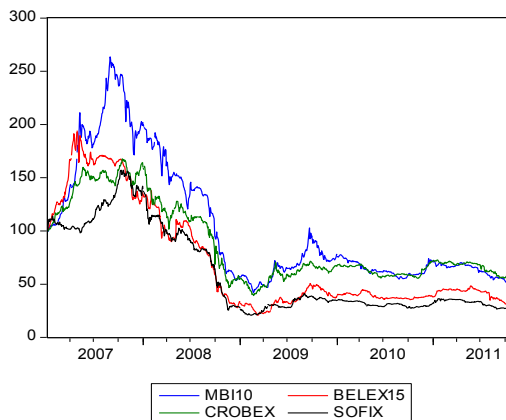
Се користат дневните приноси на избраните берзански индекси, кои се континуирано вклатени. Тие се пресметуваат како:

$$R_t = \ln\left(\frac{P_t}{P_{t-1}}\right),$$

каде P_t ја означува вредноста на индексот на затворање на берзата, додека t го претставува денот на тргување. Вредностите на берзанските индекси се земено од официјалните веб страници на соодветните берзи.

Дескриптивните статистики на дневните приноси на избраните индекси се прикажани во табела 1. Бројот на опсервации го претставува бројот на денови на тргување на берзите и тој варира од 1226 дена на тргување на Македонската берза до 1263 дена на тргување на Белградската берза. Просечните дневни приноси на сите четири индекси се негативни. Причина за ова е влијанието на глобалната финансиска криза која започнува да се чувствува на берзите од средината на 2007 година. Највисока дисперзија на дневниот принос, мерена преку стандардната девијација, се јавува кај BELEX15, додека најниска кај SOFIX. Минималниот дневен принос е сличен кај индексите (околу 11%), додека највисок максимален дневен принос е остварен кај CROBEX (14.78%).

Слика 1: Движења на избраните берзански индекси (100= 8 јануари 2007 година), 2007-2011 година



Извор: Пресметано од страна на авторот.

Табела 1: Дескриптивни статистики на приносите на избраните берзански индекси

Берзански индекс	Број на опсервации (денови на тргување)	Минимален дневен принос, во %	Максимален дневен принос, во %	Просечен дневен принос, во %	Стандардна девијација на дневниот принос
MBI10	1226	-10.28	6.66	-0.051	1.672
BELEX15	1263	-10.86	12.16	-0.096	1.766
SOFIX	1239	-11.36	7.29	-0.108	1.597
CROBEX	1246	-10.76	14.78	-0.049	1.666

Извор: Пресметано од страна на авторот.

Слика 1 ги претставува движењата на анализираните индекси во набљудуваниот период. Заради подобра споредба, прикажани се базични индекси на вредностите на берзанските индекси. За базичен период се користи 8 јануари 2007 година. Сликата покажува дека четирите индекси имаат слично движење. Кај сите индекси растот завршува околу средината на 2007 година. Попрецизно, тоа е 30 мај на Белградската берза, 31 август на Македонската берза, 30 октомври на Софиската берза и 15 октомври на Загребската берза. Потоа, кај сите индекси, како резултат на влијанието на глобалната финансиска криза се јавува значаен пад кој трае сè до почетокот на 2009 година. На првиот ден на тргување во јануари 2009 година падот на берзанските индекси, во споредба со првиот ден на тргување во 2007 година, е 45% кај MBI10 и CROBEX, 68% кај BELEX15 и 71% кај SOFIX. Периодот од 2009 до 2011 година се карактеризира со апатично движење на сите берзи. На последниот ден на тргување во 2011 година MBI10 има за 48% помала вредност од првиот ден на тргување во 2007 година, додека за истиот период намалувањата на CROBEX, BELEX15 и SOFIX изнесуваат 46%, 70% и 74%, респективно.

4. Емпириски резултати

Оценетите резултати на регресионите модели се прикажани во табела 2. За секој берзански индекс е направен посебен регресионен модел со вештачки променливи. Теоретските основи на моделот се дадени во третиот дел на трудот.

Викенд ефектот е присутен само кај CROBEX индексот, односно само на Загребската берза. Кај CROBEX индексот оценетата вредност на коефициентот β_1 е статистички значајна (на ниво од 0.01) и таа покажува дека просечниот принос на берзанскиот индекс во понеделник изнесува -0.318%. Притоа, сите останати регресиони коефициенти од β_2 до β_5 (коефициентите пред вештачките променливи) се статистички значајни (на

ниво од 0.05), што значи дека постојат значајни разлики во просечниот принос во понеделник и секој друг ден во неделата. Попрецизно, оценетата вредност на коефициентот β_2 (0.328) укажува дека просечниот принос во вторник е за 0.328 процентни поени повисок од тој во понеделник, а вредностите на останатите коефициенти 0.382 (β_3), 0.327 (β_4) и 0.304 (β_5) значат дека просечниот принос во понеделник е: за 0.382 процентни поени понизок од просечниот принос во среда; за 0.327 процентни поени понизок од просечниот принос од четврток и за 0.304 процентни поени понизок од петок. Слична потврда дава и F-статистиката на тестот на Валд која покажува дека просечните приноси на индексот се разликуваат помеѓу деновите во неделата. Овие резултати се потврда за постоење на викенд ефектот кај CROBEX индексот, бидејќи: (1) просечниот принос во понеделник е понизок од другите денови од неделата и (2) просечниот принос во понеделник е негативен. Сепак, иако на прв поглед изгледа дека не е ништо особено просечниот принос во понеделник да биде негативен кога просечниот принос во набљудуваниот период е негативен, вреди да се нагласи дека резултатите покажуваат дека просечните приноси на индексот во останатите денови во неделата, освен петок, се позитивни (и тоа, секако, кога просечниот принос на индексот во набљудуваниот период е негативен). Така, просечниот принос во вторник, среда и четврток изнесува 0.010% (-0.318+0.328), 0.064% (-0.318+0.382) и 0.009% (-0.318+0.327), респективно. Просечниот принос во петок изнесува -0.014% (-0.318+0.304).

Табела 2: Оценети резултати на регресионите модели со вештачки променливи

Берзански индекс	β_1	β_2	β_3	β_4	β_5	F-статистика на Валд тестот
MBI10	-0.161 (0.137)	0.056 (0.711)	0.190 (0.208)	0.105 (0.491)	0.193 (0.207)	0.614 (0.652)
BELEX15	-0.173 (0.123)	-0.125 (0.426)	0.099 (0.529)	0.220 (0.162)	0.193 (0.224)	1.652 (0.159)
SOFIX	-0.244** (0.017)	-0.017 (0.904)	0.220 (0.124)	0.192 (0.180)	0.288** (0.047)	1.823 (0.122)
CROBEX	-0.318*** (0.003)	0.328** (0.028)	0.382** (0.010)	0.327** (0.029)	0.304** (0.044)	2.093* (0.080)

Забелешка: р-предностите, прикажани во заградите; *, **, *** означуваат статистичка значајност на ниво од 0.1, 0.05 и 0.01, респективно.

Извор: Пресметано од страна на авторот.

Викенд ефектот, иако не може да се докаже кај другите три индекси, сепак овие индекси содржат елементи кои потсетуваат на викенд ефектот. Така, кај SOFIX индексот просечниот принос во понеделник (-

0.244%) статистички значајно (на ниво од 0.05) е понизок за 0.288 процентни поени од просечниот принос во петок (во петок изнесува 0.044). Сепак, просечниот принос на овој индекс во понеделник статистички значајно не се разликува од просечните приноси во вторник, среда и четврток. На ова укажуваат p -вредностите на коефициентите и F -статистиката на Валд тестот. Слично, кај MBI10 индексот оценетите вредности на сите коефициенти од β_2 до β_5 се позитивни, што значи дека во набљудуваниот период просечниот дневен принос во понеделник е помал од просечниот принос во кој било друг ден во неделата, но сепак резултатите не се статистички значајни. Слично е и кај BELEX15 индексот - просечниот дневен принос во понеделник е помал од просечниот дневен принос во останатите денови во неделата, освен вторник, но повторно резултатите не се статистички значајни.

Заклучок

Во овој труд се испитува присуството на викенд ефектот во приносите на избрани берзи од Балканот. Овој календарски ефект има две карактеристики: (1) просечниот принос во понеделник е понизок од другите денови во неделата и (2) просечниот принос во понеделник е негативен. Иако нема општоприфатено објаснување за овој ефект, најчесто се користат две. Првото е дека инвеститорите имаат тенденција да продаваат во понеделник по ревизијата на нивните портфолија за време на викендот. Второто објаснување е дека фирмите имаат тенденција во петок да ги соопштуваат лошите вести.

Присуството на викенд ефектот е емпириски докажано за берзите на хартии од вредност во развиените земји. За жал, постојат само неколку студии за берзите од Балканот. Во овој труд се анализираат дневните приноси на MBI10, BELEX15, SOFIX и CROBEX. Тоа се водечките индекси на Македонска берза, Белградска берза, Софиска берза и Загребска берза, респективно. Временскиот периодот на анализата одговара на влијанието на глобалната финансиска криза врз набљудуваните берзи: 2007-2011 година.

Анализата се врши со помош на регресионен модел со вештачки променливи, кој има за цел да утврди дали постојат статистички значајни разлики помеѓу просечните вредности на две или повеќе категории. Во случајов се испитуваат разликите помеѓу деновите на тргување во неделата.

Присуството на викенд ефектот за време на глобалната финансиска криза се докажува само во приносите на Загребската берза. Просечниот дневен принос на CROBEX во понеделник е понизок во останатите денови во неделата и негативен. Кај останатите три берзи (Македонската, Белградската и Софиската берза) викенд ефектот не постои. Сепак, кај нив

се јавуваат одредени елементи кои потсетуваат на викенд ефектот. Така, кај SOFIX индексот просечниот принос во понеделник е помал од тој во петок, но сепак просечниот принос во понеделник статистички значајно не се разликува од останатите денови во неделата. Дополнително, кај MBI10 и BELEX15 просечниот принос во понеделник статистички значајно не се разликува од просечните приноси во останатите денови во неделата, иако во набљудуваниот период просечниот принос во понеделник е понизок од останатите денови од неделата и негативен (со забелешка дека кај BELEX15 во набљудуваниот период просечниот принос во вторник е помал од тој во понеделник).

На крајот можат да се постават и насоки за идно истражување. Потребно е да се зголеми опсегот на анализата и тоа од три аспекти. Прво, анализата може да биде проширена и на други календарски ефекти: ефектот на крајот на месецот, јануарски ефект или ефект на летен одмор. Второ, временскиот период на анализата може да се прошири од денот на објавување на берзанскиот индекс до денес. Трето, би било корисно, посебно да се определи присуството на календарските ефекти во биков и во мечкин пазар.

Користена литература

- Agrawal, A., and K. Tandon (1994). „Anomalies or Illusions? Evidence from Stock Markets in Eighteen Countries“. *Journal of International Money and Finance* 13: 83-106.
- Chang, E., J. Pinegar and R. Ravichandran (1993) „International Evidence on the Robustness of the Day of the Week Effect“, *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 28, pp 497-513.
- Cross, F. (1973). „The behavior of stock prices on Fridays and Mondays“, *Financial Analysts Journal*, 29(6), 67-69.
- Dyl, E. and Maberly, E. (1986). „The Weekly Pattern in Stock Index Futures: A Further Note“, *Journal of Finance*, 41 No:5, 1149- 1152.
- Fama, Eugene F. (1965). „The Behavior of Stock Market Prices“, *Journal of Business*, Vol.38, No.1, pp. 34-105.
- French, K. (1980). „Stock Returns and the Weekend Effect“. *Journal of Financial Economics*, 8(1), 55-69.
- Georgantopoulos, A., Kenourgios D., Tsamis A. (2011). Calendar Anomalies in Emerging Balkan Equity Markets, *International Economics and Finance Journal*, Vol.6, No.1, pp. 67-82.
- Gibbons, M. R., & Hess, P. (1981). „Day of the Week Effects and Asset Returns“, *The Journal of Business*, 54(4), 579-596.
- Gujarai, D. (2004) *Basic Econometrics*. McGraw Hill.
- Karadzic, V., Backovic Vulic T. (2011). The Montenegrin Capital Market: Calendar Anomalies, *Economic Annals*, Vol. LVI, No.191, pp. 107-121.
- Miller, E. M. (1988). „Why a Weekend Effect?“, *Journal of Portfolio Management*, pp. 43-48.

- Rogalski, R.J. (1984). „New findings regarding day of the week returns over trading and nontrading periods: A note“, *Journal of Finance* 39, 603-14.
- Rubinstein, M. (2001). „Rational Markets: Yes or No? The Affirmative Case“, *Financial Analysts Journal*, 57, pp. 15-29.
- Schwert, G. (2001). „Anomalies and Market Efficiency“, in G. Constantinides et al., *Handbook of the Economics of Finance*, North Holland, Amsterdam.
- Scrinjaric, T. (2012). „Kalendarski ucinci u prinosima dionica“, *Ekonomski pregled*, 63(11), pp. 651-678.
- Steely, J. (2001). „A Note on Information Seasonality and the Disappearance of the weekend Effect in UK Stock Market“, *Journal of Banking and Finance*, 25, pp. 1941-1956.
- Sullivan, R., A. Timmermann, and H. White (2001). „Dangers of Data mining: The Case of Calendar Effects in Stock Returns“, *Journal of Econometrics*, 105, pp. 249-286.
- Taylor, Stephen J. (2005). *Asset Price Dynamics, Volatility, and Prediction*, Princeton University Press, New Jersey.
- Taylor, Stephen J. (2008). *Financial Times Series*, World Scientific.
- Тевдовски, Драган (2009). „Календарски ефекти на приносите на акции од Македонската берза“, *Годишник на Економскиот факултет - Скопје*, Том.44, Скопје, стр. 443-452.

IS THE WEEKEND EFFECT PRESENT DURING FINANCIAL CRISIS? EVIDENCE FROM BALKANS STOCK MARKETS

Dragan Tevdovski Ph.D.

Abstract

The main goal of this paper is to examine existence of the weekend effect, during Global Financial Crisis on the daily returns of the selected stock market indices from Balkans region: MBI10 (Macedonian Stock Exchange), BELEX15 (Belgrade Stock Exchange), SOFIX (Sofia Stock Exchange) and CROBEX (Zagreb Stock Exchange). The methodology used the regression with dummy variables. This paper provides evidence that weekend effect existed at the Zagreb Stock Exchange during Global Financial Crisis, while there is no evidence for its existence on the Macedonian, Belgrade and Sofia Stock Exchanges. However, these three stock exchanges are characterized with some elements of the weekend effect. The mean daily return in Monday of the SOFIX is lower than the mean daily return of the Friday, but the mean daily return of Monday is not statistically significant than the other days in the week. Similarly, the mean daily returns in Monday of the MBI10 and the BELEX15 is not statistically significant than the mean daily returns in all other days in the week,

while the mean daily return in Monday is lower than the mean daily return in other days in the week in the observed period.

Key words: *weekend effect, calendar anomalies, daily returns, stock market index, Balkans.*

УДК: 336.2(4-672ЕУ)

ДАНОЧНА ХАРМОНИЗАЦИЈА И ОПТОВАРУВАЊЕ ВО ЕУ

Д-р Ѓорѓи Гоцков

Апстракт

Предмет на истражување во овој труд се даночните системи на земјите членки на ЕУ од аспект на (1) степенот на нивна хармонизираност и (2) степенот на даночното оптоварување. Целта е да се испита и да се согледа (не)хармонизираноста на даночните системи и разноликоста и нееднаквата улога и значење што го има јавниот сектор во вкупните економски движења во одделните земји членки на ЕУ. Покрај елаборирањето на некои теоретски аспекти од даночната хармонизација во ЕУ, во трудот се врши компаративна анализа на неколку значајни индикатори, поврзани со даночните системи на земјите членки на ЕУ. Понатаму анализата оди и подлабоко преку испитување на хармонизираноста на одделните видови на даноци – директни и индиректни – заради утврдување кај која група даноци постои поголема хармонизираност. Притоа, во рамките на овие две главни категории даноци, дополнително се анализираат нивните главни репрезенти – ДДВ кај индиректните даноци и персоналниот данок на доход и корпоративниот данок на доход кај директните даноци. Во рамките на секои од овие видови на даноци се врши квантифицирање на распонот на стапките помеѓу земјите членки на ЕУ и се анализира трендот во нивното движење со посебен нагласок на ефектот од економската криза врз овие движења. Ваквата анализа треба да го утврди степенот на конвергенција на одделните даночни стапки помеѓу земјите членки на ЕУ.

Клучни зборови: *даночна хармонизација, даночно оптоварување, директни даноци, индиректни даноци, даночна конкуренција.*

Вовед – теоретски аспекти на даночната хармонизација во ЕУ

Прашањето за даночната хармонизација спаѓа во редот на најкомплексните прашања во процесот на интеграција на Европа. Самиот поим даночна хармонизација го претставува процесот на конвергенција на даночниот систем базиран на заеднички сет на правила и, главно, подразбира постоење на идентични или слични даночни стапки за даночните обврзници на територијата на цела ЕУ, односно евро зона. Во случај на постоење на идентични даночни стапки, тогаш станува збор за т.н. целосна експлицитна даночна хармонизација, додека во случај на постоење на слични даночни стапки станува збор за делумна експлицитна даночна хармонизација (се однесува на утврдувањето на највисоки и најниски даночни стапки во кои распони земјите можат да ги формулираат даночните стапки на одделните даноци). Целосната хармонизација, покрај хармонизација на даночните стапки, подразбира и структурна хармонизација-хармонизација на структурата на даноците (Нерудова, 2008). Самиот процес на даночна хармонизација, главно, се состои од три главни фази: (1) почетна фаза во која се селектира данокот кој ќе се хармонизира; (2) втора фаза, која се состои од хармонизирање на даночната основа и (3) трета фаза во која се врши хармонизирање на даночната стапка.

Даночното усогласување во рамките на ЕУ е предмет на многу дебати уште од самото основање на Европската економска заедница (ЕЕЗ), при што неговата формално-правна основа е утврдена во Договорот од Рим од 1957 година. Ова се должи на сфаќањето дека даночната хармонизација претставува значаен чекор во процесот на создавање на функционален заеднички (единствен) пазар. Од историски аспект, развојот на процесот на хармонизација во ЕУ може да се подели на две фази. Првата фаза се карактеризира со почетни предлози и напори за целосно усогласување на националните даночни системи во Европа. Во пракса оваа идеја се соочи со пречки и проблеми, поради што втората фаза од хармонизацијата беше ограничена само на даночните правила и регулативата, со цел да се овозможи и да се креира единствен пазар и да се поддржи конкурентноста на Европа.

Главни пречки за целосна хармонизација, односно за креирање на идентични национални даночни системи во рамките на целата ЕУ, се: (1) политички бариери кои произлегуваат од неподготвеноста на земјите членки на ЕУ да предадат дел од нивниот даночен и фискален суверенитет на ЕУ; (2) економски бариери, кои, главно, произлегуваат од различните нивоа на економски развој и перформанси на земјите членки на ЕУ, разликите во националните даночни системи поради различните традиции во производството и потрошувачката и сл. и (3) социјални бариери, кои потекнуваат од различните национални општествени системи на земјите

членки и од различните социјални политики. Сите овие препреки ја натераа ЕУ да се фокусира на постигнување на “соодветно“ ниво на даночна хармонизација, а не на постигнување на униформен даночен систем. И покрај обидите за присилна хармонизација, оваа идеја во рамките на ЕУ во најголем дел се остварува преку даночна конкуренција, како најдобар начин за даночна хармонизација.

При анализата на даночната хармонизација треба да се имаат предвид и аргументите за и против даночната хармонизација. Аргументите за даночна хармонизација, главно, се базираат на теоријата за “штетна даночна конкуренција“, која во основата ги има проблемите од нелојална конкуренција и појавата на селење на капиталот и можноста од појава на “трка кон дното“¹ - во практика оваа појава нема потврда. Како други аргументи за даночна хармонизација се вбројуваат и намалената можност за евазија, поголемата транспарентност на даночниот систем и сл. Од друга страна, аргументите против даночната хармонизација се: економските субјекти би плаќале иста цена за различни државни и инфраструктурни услуги; не би постоел механизам за спречување на постојаниот пораст на даноците, пораст на државната потрошувачка и, следствено, пад на конкурентноста.

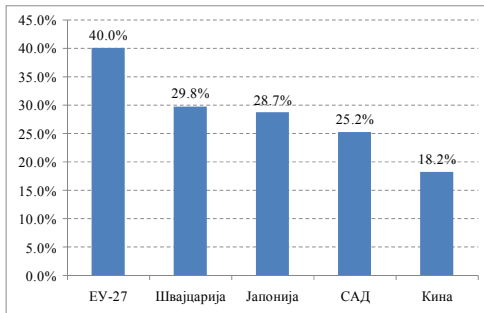
1. Даночно оптоварување – ниво и трендови

Една од значајните карактеристики на ЕУ² анализирана во целина е релативно високото даночно оптоварување, поради што ЕУ го добива епитетот на “висока даночна зона“. Вообичаен и најчесто применуван показател за висината на даночното оптоварување на една земја претставува учеството на даноците и социјалните придонеси во БДП. Пресметано на овој начин, а согласно со расположливите податоци, даночното оптоварување во ЕУ на крајот на 2011 година изнесуваше 40,0% од БДП, што е за околу 40% над нивоата на даночно оптоварување евидентирани во САД и Јапонија. Притоа, даночното оптоварување во ЕУ не е само значително повисоко во однос на овие две земји, туку и во однос на останатите развиени економии. Речиси сите земји од групацијата на развиени економии (со исклучок на Канада и Нов Зеланд) имаат стапки на даночно оптоварување под 30% од БДП. Кога станува збор за помалку развиените земји, тие вообичаено се карактеризираат со пониски степени на даночно оптоварување.

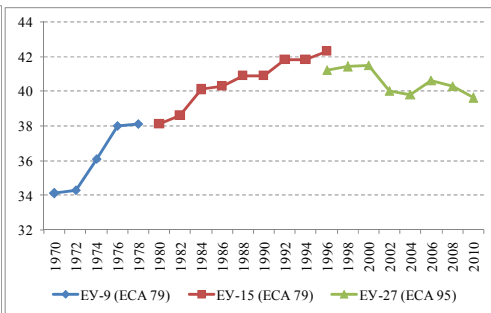
1 Се однесува на натпревар помеѓу земјите кој може да доведе до значително намалување на даноците и доведување во прашање на финансирање на активностите на државата.

² Анализата се однесува на 27-те земји членки на ЕУ.

Графикон 1
Даночно оптоварување на одредени земји (% БДП)



Графикон 2
Трендови во даночното оптоварување (% БДП)



Извор: ЕУРОСТАТ за ЕУ, ОЕЦД за останатите земји.

Забелешка: прекилот во серијата во Графикон 2 е поради промената од ЕКА 79 во ЕКА 95.

Динамички набљудувано, високото даночно оптоварување во ЕУ не е ново и тоа датира од 70-те години на XX-от век. Тоа, главно, се должи на позначајната улога што ја добива државата во тој период. Во иста насока влијаеја и преземените пакети за фискална консолидација во последната декада од минатиот век, согласно со донесувањето на Мастрискиот договор, а подоцна и Пактот за стабилност и раст. Како резултат на ова, во 1999 година е регистрирано историски највисок степен на даночно оптоварување во ЕУ-27 во износ од 41,8 % од БДП. По ова, соодносот на даноците и БДП во групацијата ЕУ-27 започна да се намалува сè до 2004 година. Избувнувањето на светската финансиска и економска криза предизвика позначително намалување на овој сооднос, при што даночното оптоварување се намали од 40,3% од БДП во 2008 година на 39,5% од БДП во 2009 и 2010 година. Во 2011 година, како резултат на процесот на фискална консолидација во речиси сите земји од ЕУ и сè уште слабиот пораст на БДП, даночното оптоварување во ЕУ забележа пораст од 0,5 процентни поени и достигна 40,0% од БДП, со што се доближи до нивото од пред кризата.

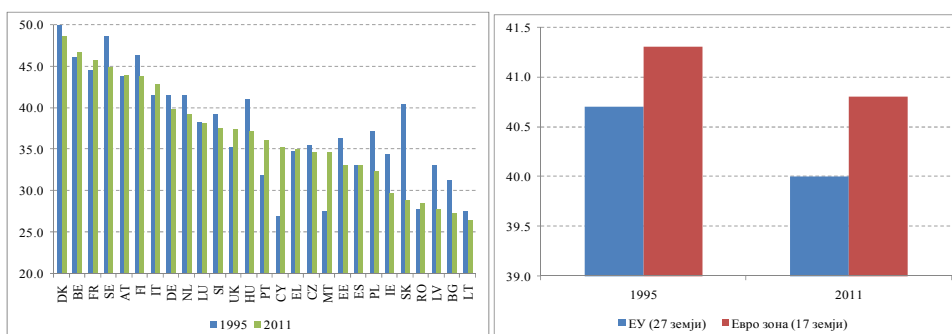
Во однос на идните трендови на даночното оптоварување во ЕУ, најновите податоци покажуваат дека трендот на зголемување на соодносот даноци и БДП продолжува и во 2012 година, во услови на зголемување на приходите од директни и индиректни даноци и намалување на приходите од социјални придонеси. Тоа ги одразува мерките кои ги презедоа најголемиот број земји од ЕУ во делот на зголемувањето на даночните стапки на доходот и на потрошувачката.

Од аспект на даночното оптоварување помеѓу земјите од ЕУ, анализите покажуваат дека постојат големи разлики/диспаритети во нивоата на соодносот даноци и БДП (од речиси 20 процентни поени).

Согласно последните расположливи податоци, овој сооднос се движи од 26,4% од БДП во Литванија, како земја со најнизок степен на даночно оптоварување, до 48,6% од БДП во Данска, како земја со највисоко даночно оптоварување. Со други зборови, даночното оптоварување во земјата со највисок сооднос е за 84% повисоко од земјата со најнизок сооднос на даноците и БДП.

Графикон 3

Степен на даночно оптоварување во земјите од ЕУ (% од БДП)



Извор: Европска комисија и ЕУРОСТАТ.

Релативно високите разлики во степените на даночно оптоварување помеѓу земјите во ЕУ, главно, произлегуваат од изборот на социјалната политика, со оглед на тоа што во некои земји услугите во доменот на пензиите, здравственото осигурување и образованието се обезбедуваат од приватниот сектор, а во други од јавниот сектор. Исто така, различен е обемот на државни активности, вработување во јавниот сектор и сл., помеѓу земјите членки на ЕУ.

Анализирано по одделни групи на земји, даночното оптоварување е релативно повисоко во постарите земји членки на ЕУ, односно во 15-те земји кои влегоа во ЕУ пред 2004 година, додека новите земји членки на ЕУ³, главно, имаат пониски даночни оптоварувања. Исклучоци од ваквиот заклучок се Ирска, Грција, Шпанија и Португалија, чии стапки на даночно оптоварување се меѓу најниските на ниво на цела ЕУ. Со оглед дека евро зоната во најголем дел ја сочинуваат постари земји членки на ЕУ, евро зоната во просек има повисоко даночно оптоварување во споредба со просекот на ЕУ- 27 земји членки (за 0,8 процентни поени во 2011 година). Разликите во стапките на даночно оптоварување се истовремено показател за релативно ниската даночна хармонизација во рамките на ЕУ.

И покрај значајните разлики, динамички анализирано, од почетокот на овој век постои тенденција на конвергирање на степенот на даночно оптоварување. Оваа конвергенција беше прекината во 2008 година

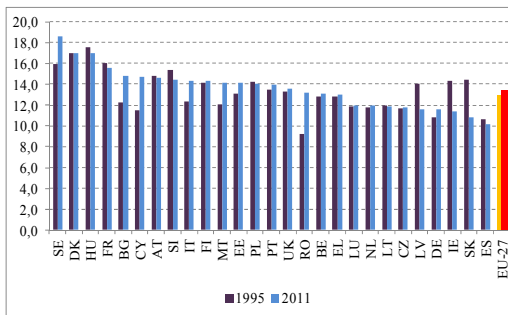
³ 12-те земји кои се приклучија на ЕУ во 2004 и 2007 година.

со избувнувањето на економската и финансиска криза. Причината за ова лежи во разликите во длабочината на рецесијата помеѓу земјите во ЕУ, како и на различните реакции и мерки кои ги презедоа земјите како одговор на кризата.

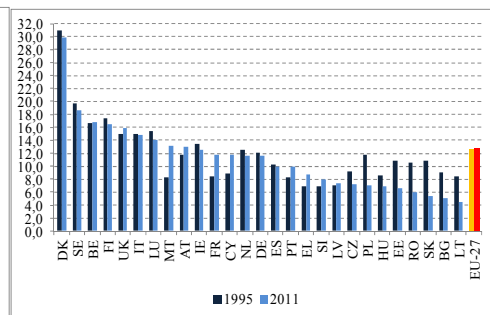
2. Хармонизираност на пооделните даноци во ЕУ – квантитативна анализа

Анализата за степенот на даночно оптоварување покажа дека генерално во ЕУ постои релативно низок степен на даночна хармонизација. Притоа, даночната хармонизација како процес на приближување на националните даночни системи на земјите членки на ЕУ на прво беше фокусирана на **хармонизацијата на индиректните даноци** (данок на додадена вредност и акцизи), а потоа и на **хармонизацијата на директните даноци** (во последната декада на корпоративниот данок). Според тоа, една од карактеристиките на даночните системи на земјите членки на ЕУ е постоење на поголема хармонизираност на индиректните даноци, а релативно мала хармонизираност на директните даноци. Фокусирањето на индиректните даноци може да се објасни со реализирање на целта за воспоставување на единствен пазар без граници.

Графикон 4
Индиректни даноци по земји (% БДП)



Графикон 5
Директни даноци по земји (% БДП)



Извор: Европска комисија и ЕУРОСТАТ.

Графиконите 4 и 5 ги презентираат степените на даночни оптоварувања кои произлегуваат од директните и од индиректните даноци поодделно. Она што може да се забележи од графиконите е релативно повисоката хармонизираност кај индиректните даноци во споредба со директните даноци помеѓу земјите членки на ЕУ. Имено, во 2011 година распонот помеѓу земјата со највисоко “индиректно“ даночно оптоварување (Шведска – 18,6% од БДП) и земјата со најниско даночно оптоварување

(Шпанија – 10,2% од БДП) е релативно мал во споредба со распонот помеѓу земјата со највисоко “директно“ даночно оптоварување (Данска – 29,9%) и земјата со најниско “директно“ даночно оптоварување (Литванија – 4,4% од БДП). Со други зборови, стандардната девијација кај индиректното даночно оптоварување (14,4%) е значително пониска од стандардната девијација кај директното даночно оптоварување (48,1%). Динамички анализирано, во периодот 1995-2011 година е присутна тенденција на конвергенција на степенот на даночно оптоварување кај индиректните даноци (стандардната девијација во 1995 година изнесуваше околу 15%), што не е случај со даночното оптоварување кај директните даноци (стандардната девијација во 1995 година изнесуваше околу 42%). Ниската хармонизираност кај директните даноци може да се објасни и со различниот приоритет во остварувањето на основните цели на даноците помеѓу земјите членки на ЕУ. Имено, одредена група земји приоритет во даночната политика ставаат на редистрибутивната функција, поради што воспоставуваат и повисоки максимални стапки на персоналниот данок на доход, што не е случај со останатите земји.

Самиот процес на хармонизирање на индиректните даноци датира од 1967 година кога беше донесена првата директива за воведување на данокот на додадена вредност (ДДВ во натамошниот текст) и препорака за хармонизирање на индиректните даноци. По прифаќањето на оваа регулатива, првиот чекор за нејзина реализација беше воспоставувањето на структурна хармонизација на ДДВ, односно хармонизирање на предметот (активностите) кои ќе подлежат на оданочување. Вториот чекор се состоеше во хармонизирање на даночните стапки, при што беше препорачано воспоставување на две редуцирани (повластени) стапки од минимум 5% и една основна даночна стапка од минимум 15%. Земјите имаат дискреција во воспоставувањето на стапката на ДДВ над минималното ниво во зависност од буџетските потреби. Воспоставувањето на минимална стапка на ДДВ оневозможува значајни варијации во стапките на ДДВ помеѓу земјите членки на ЕУ кои би можеле да ја нарушат конкурентноста помеѓу земјите членки. Од јануари 2007 година со прифаќање на Директивата 2006/112/ЕС беше воспоставена заедничка рамка на системот на ДДВ помеѓу земјите членки на ЕУ. Во наредните графикони се дадени стапките на ДДВ кај одделните земји членки на ЕУ.

Она што може да се забележи од графиконот 6 е релативно малиот распон на стандардната стапка на ДДВ помеѓу земјите членки на ЕУ, што упатува на задоволително ниво на хармонизираност на овој данок. Имено, распонот во 2012 година се движи од 15% во Луксембург, како земја со најниска стапка на ДДВ во рамките на ЕУ и 27% во Унгарија, како земја со највисока стапка на ДДВ во ЕУ. Динамички анализирано, по релативно малите промени во стандардната стапка на ДДВ во земјите членки на ЕУ во периодот 2000-2008 година, со избувнувањето на светската економска и финансиска криза беа регистрирани позначајни зголемувања на оваа стапка

(графикон 7). Така, ако во 2008 година стандардната стапка на ДДВ во ЕУ во просек изнесуваше 19,4%, на крајот од 2012 година таа достигна 21,0%, односно се зголеми за 1,6 процентни поени. Анализирано по земји, најголемо зголемување на стапката на ДДВ е регистрирано во Романија (2010 за 5 процентни поени), Унгарија (2009 за 5 процентни поени) и Грција (2010 за 4 процентни поени).

Табела 1 Стапки на ДДВ во земјите членки на ЕУ(2012, во %)

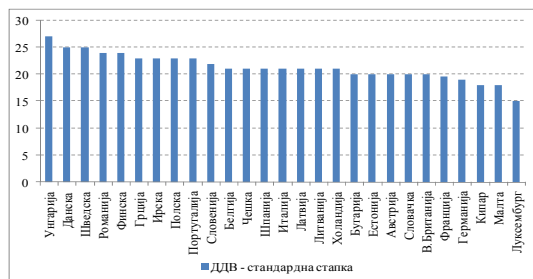
	Супер повластена стапка	Повластена стапка	Стандардна стапка	Специјална стапка
Белгија	-	6/12	21	12
Бугарија	-	9	20	-
Чешка	-	15	21	-
Данска	-	-	25	-
Германија	-	7	19	-
Естонија	-	9	20	-
Грција	-	6.5/13	23	-
Шпанија	4	10	21	-
Франција	2.1	5.5/7	19.6	-
Ирска	4.8	9/13.5	23	13.5
Италија	4	10	21	-
Кипар	-	5/8	18	-
Латвија	-	12	21	-
Литванија	-	5/9	21	-
Луксембург	3	6/12	15	12
Унгарија	-	5/18	27	-
Малта	-	5/7	18	-
Холандија	-	6	21	-
Австрија	-	10	20	13
Полска	-	5/8	23	-
Португалија	-	6/13	23	-
Романија	-	5/9	24	-
Словенија	-	9.5	22	-
Словачка	-	10	20	-
Финска	-	10/14	24	-
Шведска	-	6/12	25	-
В.Британија	-	5	20	-

Извор: Европска комисија, ЕУРОСТАТ.

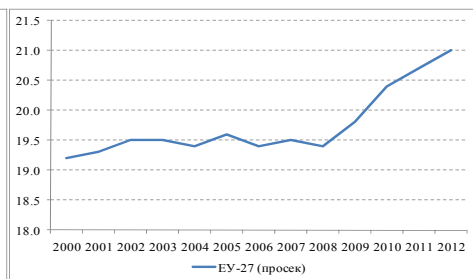
Покрај стандардната (основна) даночна стапка, земјите членки имаат можност да воведат една или две повластени стапки на ДДВ, кои не смеат да бидат пониски од 5%. Од табелата 1 може да се види дека постои значајна разлика помеѓу земјите членки во поглед на повластените стапки: 13 земји практикуваат само една повластена стапка, 13 земји две

повластени стапки, а само Данска не применува повластена стапка на ДДВ во својот даночен систем. Разликите не постојат само во висината на повластените стапки помеѓу земјите членки на ЕУ, туку и во категориите на стоки и услуги над кои се применуваат овие повластени стапки.

Графикон 6
Стандардни стапки на ДДВ по земји (2012, во %)



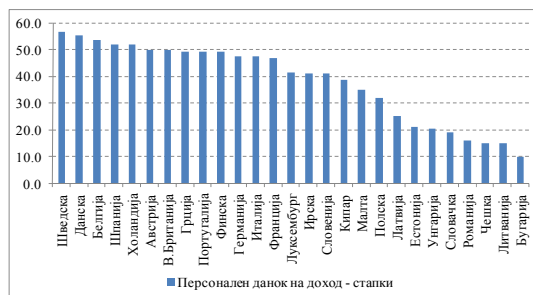
Графикон 7
Просечна стандардна стапка на ДДВ во ЕУ



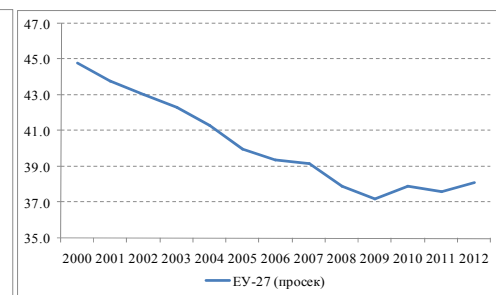
Извор: Европска комисија, ЕУРОСТАТ и ОЕЦД.

Ниската хармонизираност на директните даноци помеѓу земјите членки на ЕУ може да се потврди и со релативно високите разлики во стапките на персоналниот данок на доход (ПДД) и корпоративниот данок. Овој распон во 2012 година изнесува високи 46,6 процентни поени и се движи од 10% во Бугарија, како земја со најниска максимална стапка на ПДД, до 56,6% во Шведска, како земја со највисока максимална стапка на ПДД во рамките на ЕУ. Динамички анализирано, стапката на ПДД од 2000 година бележи намалување, кое беше прекинато со избувнувањето на економската и финансиската криза. Така, од 44,8% во 2000 година, оваа стапка во 2009 година беше сведена на 37,2%, за во наредните години да забележи умерено зголемување, достигнувајќи 38,1% на крајот од 2012 година.

Графикон 8
Максимална стапка на ПДД по земји (2012, во %)



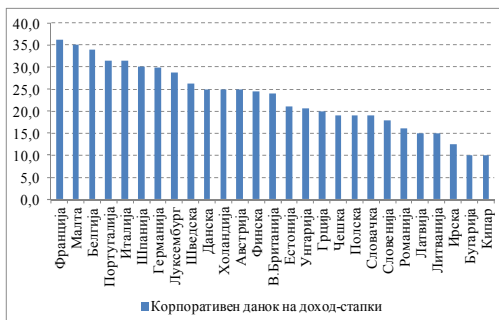
Графикон 9
Движење на просечна стапка на ПДД во ЕУ



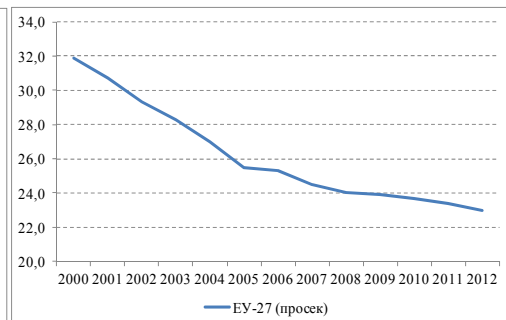
Извор: Европска комисија, ЕУРОСТАТ.

Слично на персоналниот данок на доход, стапките на корпоративниот данок на доход (КДД) значително се разликуваат помеѓу змејите членки на ЕУ, што укажува на ниска хармонизираност и на овој данок од групата на директните даноци. Распонот на највисоката стапка на КДД помеѓу земјите членки на ЕУ во 2012 година изнесува 26,1 процентен поен и се движи од 10% во Бугарија и во Кипар, како земји со најниски максимални стапки на КДД, до 36,1% во Франција, како земја со највисока максимална стапка на КДД во рамките на ЕУ. Треба да се истакне дека овој распон во минатото беше уште повисок (во 1995 година тој изнесуваше 37,2 процентни поени), што укажува на тенденција на негова умерена конвергенција. Анализирани динамички, просечната стапка на КДД во ЕУ од 2000 година наваму бележи значително намалување (од 31,9% во 2000 година на 23% во 2012 година). Притоа, треба да се истакне значително намалениот интензитет на намалување на оваа стапка во последните 4-5 години, како резултат на мерките што ги презедоа определени земји како одговор на економската криза. Најновите податоци за 2013 година покажуваат дури и мало зголемување на просечната стапка на КДД во ЕУ. Генерална констатација е дека и кај персоналниот данок на доход и кај корпоративниот данок на доход со пониски стапки се карактеризираат оние земји кои имаат пониско даночно оптоварување – во основа тоа се новите земји членки на ЕУ.

Графикон 10
Максимална стапка на КДД по земји (2012, во %)



Графикон 11
Движење на просечна стапка на КДД во ЕУ



Извор: Европска комисија, ЕУРОСТАТ.

Заклучоци

Прашањето за даночната хармонизација во ЕУ е доста актуелно, но во исто време и комплексно. Некои земји членки на ЕУ, особено поразвиените економии, заговараат воспоставување на т.н. “присилна хармонизација“, што е сосема логично барање, имајќи ги предвид резултатите од компаративната квантитативна анализа на даночните

системи на земјите од ЕУ направена во овој труд. Имено, поразвиените земји членки на ЕУ се карактеризираат со значително повисоки даночни стапки во споредба со помалку развиените економии, односно новите земји членки. Тоа може да предизвика проблем од селење на капиталот кон новите земји членки, кои се даночно поконкурентни. Истовремено, ова е аргумент на новите земји членки кои се против ваквата идеја. Токму ова е и причината што даночната конвергенција во рамките на ЕУ (иако умерена) досега, главно, се спроведува преку даночна конкуренција помеѓу земјите членки на ЕУ, а постои отпор од воспоставување на фискална унија (даночната хармонизација е значаен составен дел на фискалната унија).

Генерално, ЕУ е подрачје со релативно мала даночна хармонизираност, кое се потврдува низ неколку индикатори кои се истражени во овој труд: (1) постојат значителни разлики во степенот на даночно оптоварување помеѓу земјите членки во ЕУ; (2) постојат значителни разлики во даночните стапки на одделните видови даноци. Во рамките на одделните видови даноци, даночната хармонизација во досегашниот период беше насочена кон хармонизација на индиректните даноци. Како резултат на тоа е и релативно помалиот распон во даночните стапки на индиректните даноци (првенствено на ДДВ како негов главен репрезент). Од друга страна, постои релативно висок распон во даночните стапки на директните даноци (првенствено на персоналниот данок на доход и на корпоративниот данок на доход) помеѓу земјите членки на ЕУ, што укажува на малата хармонизираност на оваа група даноци. Главно, новите земји членки на ЕУ се карактеризираат со помал степен на даночно оптоварување и со пониски стапки на сите видови даноци. Исто така, генерална констатација е дека во последната декада е присутен тренд на намалување на стапките на директните даноци, при што овој тренд беше забавен/прекинат со избувнувањата на економската и финансиската криза.

Користена литература:

- Baldwin R.E. and Krugman P. (2004), „*Agglomeration, integration and tax harmonization*“, European Economic Review 48, Philadelphia, US.
- Boss, A. (1999), „*Do we need tax harmonization in the EU?*“, Kiel Institute of World Economics Working Papers.
- Catenaro M. and Vidal J-P. (2003), „*Tax Competition vs. Tax Harmonization in a Dynamic World Economy*“, ECB Working Paper No. 259.
- Elschner C. and Van Borren W. (2009), „*Corporate effective tax rates in an enlarged European Union*“, European Commission's Directorate-General for Taxation and Customs Union D(2009) 33071 – EN.
- EU (European Commission) (2011), „*Taxation papers – Tax reforms in the EU member states*“, Working Paper No. 28, Brussels.

- EU (European Commission - Eurostat Statistical Books (2013), „*Taxation trends in the European Union*“, European Commission’s Directorate-General for Taxation and Customs Union, Brussels.
- EU (European Commission’s Directorate-General for Taxation and Customs Union, Directorate General for Economic and Financial Affairs) (2012). „*Tax reforms in EU Member States - Tax policy challenges for economic growth and fiscal sustainability - 2012 Report*“, Brussels.
- Jakubiak M. and Markiewicz M. (2007), „*Capital mobility and tax competition between old and new EU member states*“, Center for Social and Economic Research, 30 June 2007, Warsawa.
- Kellermann C. and Kammer A. (2009) , „*Deadlocked European tax policy. Which way out of the competition for the lowest taxes?*“, Internationale Politik und Gesellschaft, Berlin.
- Lahreche-Revil. A (2006), „*Who’s afraid of tax competition? Harmless tax competition from the new European member states*“, CEPII Working paper 2006-11.
- Lenartova G. (2012), „*Tax harmonization in European Union*“, University of Economics, Bratislava.
- Mitchel D.J. (2009), „*The economics of tax competition – Harmonization vs. Liberalization*“, Adam Smith Institute Briefing Paper, 30 November 2009, London.
- Mitu Narcis E. (2008), „*Direct taxation- Directions of harmonization*“, Economic Sciences Series; Vol. 3 Issue 36, Annals of the University of Craiova.
- Nicodeme G. (2006), „*Corporate tax competition and coordination in the European Union: What do we know? Where do we stand?*“, Directorate-General for economic and financial affairs, European Commission paper No. 250.
- Salin P. (2007), „*The case against tax harmonization – The OECD and EU Initiatives*“, Liberales Institut Publication, Zurich.
- Teather R. (2005), „*The benefits of tax competition*“, The Institute of Economic Affairs London.

TAX HARMONIZATION AND BURDEN IN EU

Gjorgji Gockov Ph.D.

Summary

The subject of research in this paper is the tax systems of the EU Member States in terms of (1) the degree of their harmonization and (2) the extent of the tax burden ratio. The goal is to investigate the tax systems harmonization and the diversity and unequal role and importance that the public sector has in the total economic developments in the individual EU Member States. Besides elaborating on some theoretical aspects of tax harmonization in the EU, the paper is trying to make a comparative analysis of several important indicators related to the EU Member States tax systems. The analysis goes deeper by examining the harmonization of certain types of taxes - direct and

indirect - in order to determine which group is more harmonized. Moreover, within these two main categories of taxes, VAT as an indirect tax and personal income tax and corporate income tax as direct taxes are further analyzed . Within each of these types of taxes the quantification of the tax rates range between EU Member States is made and the trend in the tax rates with special emphasis on the impact of economic crisis on these movements is analyzed. This analysis should determine the degree of convergence of individual tax rates between EU Member States.

Key words: *tax harmonization, tax burden ratio, direct taxes, indirect taxes, tax competition.*

**ПОТРЕБА И ИНТЕРЕС ЗА
ВОВЕДУВАЊЕ НА
ПРОГРАМАТА ОВЛАСТЕН
ЕКОНОМСКИ ОПЕРАТОР ВО
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

*Д-р Катерина Тошевска –
Трпчевска*

Апстракт

Програмата овластен економски оператор претставува едно од решенијата што меѓународната заедница ги нуди за олеснување и забрзување на меѓународната трговска размена. Воведувањето на оваа програма значи зајакнување на довербата помеѓу легитимирани сигурни деловни партнери и царинската служба, зајакнување на меѓусебната соработка и ползување заемни придобивки од одобрениот статус на овластен економски оператор. Овозможувањето придобивки за овластените економски оператори е главниот предуслов за спроведување на овој концепт во практиката.

Во 2008 година во Република Македонија направени се законските измени за воведување на оваа програма во царинското работење, но програмата овластен економски оператор не е сè уште оперативна во Република Македонија.

Целта на истражувањето на овој труд е согледување на потребата и интересот на македонските компании за стекнување на статусот овластен економски оператор. Со оглед на тоа што овој концепт не е оперативен во македонското царинско работење, не е можно да се направи точна и прецизна пресметка ниту на трошоците ниту на ползата од стекнувањето повластен статус. Она што може да се направи е самостојна проценка на компаниите за тежкотиите и за трошоците што треба да ги направат за да ги исполнат критериумите за стекнување на статусот. Кога таа проценка ќе ја стават во однос на понудените олеснувања во трговијата, од царинските органи треба да се добијат првични размислувања за интересот за прифаќање или неприфаќање на овој концепт, односно за поднесување или за неподнесување барање за уверенијата и за причините за нивната одлука.

Клучни зборови: *олеснување на трговијата, овластен економски оператор, Република Македонија, истражување, потреба и интерес за воведување.*

Вовед

Програмата овластен економски оператор претставува едно од решенијата што меѓународната заедница ги нуди за олеснување и за забрзување на меѓународната трговска размена. Со вметнувањето на подрачјето за олеснување на трговијата во Доха агендата на трговски преговори и развојот на модалитетите во чии рамки се одвиваат преговорите, програмата овластен економски оператор станала нивен составен дел. Во последната ревизија на модалитетите за преговорите како мерка за олеснување на трговијата се зборува за обезбедувањето придобивки и олеснувања на овластените оператори во земјите-членки на Светската трговска организација (WTO, 2013, pp.9-10). Концептот овластен економски оператор претставува и составен дел на Рамката на стандарди за обезбедување и олеснување на глобалната трговија развиена и поддржана од Светската царинска организација за подобрување на соработката меѓу царинската служба и бизнис заедницата преку промовирање сигурни деловни партнери. Овој елемент зборува за зајакнување на довербата меѓу главните учесници во меѓународниот синџир на снабдување, а тоа се царинските служби и претставниците на бизнис секторот (WCO, 2007, pp.3-6).

Овластен економски оператор - ОЕО (Authorized Economic Operator – АЕО) претставува „...страна што е вклучена во меѓународната размена на стоки, чија функција била одобрена од или во име на националната царинска администрација, во согласност со безбедносните стандарди на синџирот на снабдување на Светската царинска организација или друга релевантна институција. Овластените економски оператори можат да бидат: производители, увозници, извозници, шпедитери, превозници, консолидатори, посредници, пристаништа, аеродроми, терминали, интегрирани оператори, складишта, дистрибутери...“ (WCO, 2012, p.41).

1. Придобивки за овластените економски оператори

Зајакнувањето на довербата меѓу легитимираните сигурни деловни партнери и царинската служба значи зајакнување на меѓусебната соработка и ползување заемни придобивки од одобрениот статус на овластен економски оператор. Овозможување придобивки за овластените економски оператори е главниот предуслов за спроведување на овој концепт во практиката. Овластените економски оператори очекуваат да добијат јасни и недвосмислени олеснувања на трговијата за да се вклучат во процесот на стекнување повластен статус. Со оглед на тоа што стекнувањето статус на овластен економски оператор значи исполнување поголем број критериуми од кои некои може да значат инвестирање и

анагажирање финансиски, технички или човечки капацитети, за операторите е неопходно јасно да им се претстават придобивките, односно олеснувањата во трговијата што тие треба да ги остварат со здобивање на повластениот статус. Ползата што овластените економски оператори треба да ја добијат со стекнувањето повластен статус треба да значи дека овие трговски субјекти се наоѓаат во повластена положба во процесот на царинење и тргување во однос на субјектите што го немаат стекнато повластениот статус. Придобивките што царинската администрација ги обезбедува за овластените економски оператори треба да бидат значајни, мерливи и воочливи. Според предлозите на Светската трговска организација, овластените економски оператори треба да подлежат на помал број инспекциски и физички контроли на стоката, од нив да се бараат помал број документи и податоци, стоката побрзо да се царини, да имаат одложени плаќања на давачките, да поднесуваат помали износи на гаранции, да можат да ја царинат стоката во сопствените седишта (WTO, 2013, p.9).

За воведување на концептот овластен економски оператор Светската царинска организација разработила детаљна програма за објаснување на критериумите за исполнување на статусот, придобивките што му следуваат на операторот, аспектите на потврдување и овластување на статусот, аспектите на заемно признавање на статусот, како и разни насоки како овој концепт да се вгради и примени од националните царински администрации (WCO, 2007, pp. 34-52).

2. Воведување на програмата овластен економски оператор во Република Македонија

Царинската управа на Република Македонија вовеле повеќе мерки за зголемување на безбедноста на меѓународниот синџир на снабдување и олеснување на трговијата. Тие мерки се: примена на систем за управување со ризици, воспоставување Електронски едношалтерски систем за издавање увозни, извозни и транзитни дозволи и за распределба на царинските квоти, воведување поедноставени царински постапки за сигурните трговски партнери, електронско доставување информации за најава на поаѓањето и пристигнувањето на стоката и воведување повеќе олеснувања за операторите со воведување можности за електронско поднесување барања и добивање разни одобренија што се потребни при спроведувањето на царинските постапки.

Покрај големиот број воведени мерки, досегашните истражувања што биле направени за олеснувањето на трговијата во Република Македонија покажале дека земјата остварува најниски перформанси во оценките на ефикасноста на царинската администрација, особено во делот на квалитетот на услугите што ги нудат царинските и другите поврзани

органи (Lawrence R. Z., Hanouz M. D., Doherty S., Moavenzadeh J., 2010, pp. 37-295). Република Македонија добила ниски оценки и за квалитетот на трговската и на транспортната инфраструктура (The World Bank, 2010, pp. 28-29).

Во 2008 година направена е промена на Царинскиот закон на Република Македонија за преземање мерки на подрачјето за олеснување на трговијата. Во 2008 година во Законот, а во 2009 година во Уредбата за спроведување на Царинскиот закон биле воведени одредби за воведување на програмата овластен економски оператор во Република Македонија. Правните одредби за воведување на овој концепт во Република Македонија се речиси идентични со стандардите на Светската царинска организација и со одредбите на Европската унија.

Согласно со измените во Царинскиот закон, во Република Македонија може да се издадат три вида уверенија за овластен економски оператор. Првото уверение е за царински поедноставувања што на економските оператори треба да им овозможи поедноставувања, пропишани со царинските прописи. Второто уверение е за безбедност и сигурност и тоа е наменето за економските оператори што бараат да користат олеснувања во поглед на царинските контроли, поврзани со безбедноста и со сигурноста. Третиот вид уверение за овластен економски оператор претставува комбинација од првите два вида, односно носителите на овој вид уверение треба да ги уживаат олеснувањата и во однос на царинските прописи и во однос на контролите за безбедноста и сигурноста (Уредба, 2009, стр.3).

Олеснувањата во трговијата што Царинската управа на Република Македонија им ги нуди на имателите на уверенијата за овластени економски оператори се олеснувањата што им се достапни на економските оператори што ги користат поедноставените царински постапки. Покрај олеснувањата во трговијата што се добиваат со користењето поедноставени царински постапки, Царинската управа им нуди уште некои мерки за олеснување на трговијата на овие овластени трговски лица (Уредба, 2009, стр. 3-4).

Освен придобивките, односно мерките за олеснување на трговијата што царинските органи им ги нудат на овластените економски оператори, втор важен аспект при воведувањето ваква програма во која било национална економија е дефинирањето услови и критериуми што компаниите треба да ги исполнат за да се стекнат со овој статус. Првиот критериум што барателите на уверение за овластен економски оператор треба да го исполнат е во текот на последните три години пред поднесувањето на барањето да немаат направено никаква сериозна или повеќекратна повреда на царинските прописи (Уредба, 2009, стр.6). Следниот критериум што се бара од заинтересираните компании за стекнување на статусот овластен економски оператор е поседување ефикасен систем за управување со деловната евиденција, а кога е потребно

и со транспортната евиденција. Исполнувањето на овој критериум значи исполнување на повеќе услови. Барателите на одобренција за овластени економски оператори треба да бидат финансиски солвентни во последните три години и треба да можат да одржуваат добра финансиска состојба за исполнување на сопствените обврски. Барањето за финансиска солвентност на овластените економски оператори во основа се однесува на одржување на нивната солвентност во однос на подмирувањето на царинскиот долг и на другите давачки кон царинските органи. Оние економски оператори што сакаат да поднесат барање за вториот или за третиот вид уверение за овластен економски оператор треба да исполнат дополнителни безбедносни и сигурносни стандарди (Уредба, 2009, стр.6-7).

3. Цели и методологија на истражувањето

Целта на истражувањето на овој труд е согледување на потребата и интересот на македонските компании за стекнување на статусот овластен економски оператор. Со оглед на тоа што овој концепт не е оперативен во македонското царинско работење, не е можно да се направи точна и прецизна пресметка ниту на трошоците ниту на ползата од стекнувањето повластен статус. Она што може да се направи е самостојна проценка на компаниите за тешкотиите и за трошоците што треба да ги направат за да ги исполнат критериумите за стекнување на статусот. Кога таа проценка ќе ја стават во однос на понудените олеснувања во трговијата, од царинските органи треба да се добијат првични размислувања за интересот за прифаќање или неприфаќање на овој концепт, односно за поднесување или за неподнесување барање за уверенијата и за причините за нивната одлука.

Врз основа на поставените цели, реализацијата на истражувањето беше направена со доставување анкетен прашалник до македонските компании-учесници во трговијата што можат да ги оценат мерките за олеснување на трговијата од аспект на тоа дали им ја олесниле или не меѓународната трговска размена. Компаниите што активно се вклучени во спроведување на надворешнотрговската размена на Република Македонија се оние што се квалификувани за стекнување на статусот овластен економски оператор. Случајниот примерок компании, до кои беше доставен прашалникот, е добиен врз основа на листа од 764 компании што во текот на 2010 година реализирале вкупна надворешнотрговска размена (увоз и извоз заедно) над 1.000.000,00 американски долари. Со помош на генерирани случајни броеви од целиот примерок на 764 компании извлечен е случаен репрезентативен примерок од 211 компании. До сите 211 компании во текот на јуни 2010 година беше испратен прашалникот за олеснување на трговијата и за воведување на концептот овластен економски оператор.

Повратно одговорен прашалник беше добиен од 67 компании, што значи дека стапката на одговорени прашалници изнесува 32% и врз основа на нив е направена анализата. Околу 80% од одговорените прашалници беа добиени по пошта, а кај другите одговорот на прашањата беше добиен преку интервју на испитаниците. Прашалникот беше обработен во СПСС статистичкиот систем за обработка на податоци и беа пресметани фреквенциите и дескриптивните статистики на примерокот. Добиените резултати од истражувањето и нивното објаснување следуваат во трудот.

4. Резултати од истражувањето

Од испитаните македонски компании 46,7% биле информирани за концептот овластен економски оператор, а 53,3% не биле запознати со постоењето на овој концепт во меѓународната трговија.

Испитаните компании извршија оценување на сопствените можности за исполнување на законски зададените критериуми за стекнување на статусот овластен економски оператор. Оценувањето на критериумите беше направено со оценка од 1 (еден) до 5 (пет) и тоа оценка 1 требаше да се стави кај критериумот што компанијата лесно може да го исполни или веќе го има исполнето, а оценка 5 за оној критериум што компанијата многу тешко би го исполнила или исполнувањето на тој критериум значи трошење значителен износ финансиски средства. Просечните оценки што се добиени се следниве: почитување на законските и подзаконските акти 1,53; водење соодветен сметководствен систем 1,28; овозможување физички и електронски пристап до евиденцијата 1,53; поседување логистички систем за разликување на домашната од странската стока 2,08; водење соодветна административна организација што одговара на протокот на стоки 1,98; спроведување внатрешна контрола 1,82; спроведување ефикасни процедури за работа со дозволи и одобренија 1,97; воспоставување ефикасни процедури за архивирање 1,53; назначување посебни контакт-лица со царината 1,56; воспоставување информатичко-технолошки сигурносни мерки 1,68; одржување финансиска солвентност 1,68; оневозможување бесправно влегување во просториите 1,50; спречување на неовластен пристап до сите простории 1,55; спроведување соодветни мерки за ракување со стоката за да не се оштети 1,44; одржување безбедност и сигурност во текот на транспортот 1,98; воспоставување процедури за разликување стока што е забранета од останатата 1,76; овозможување јасна идентификација на деловните трговски партнери 1,62; вршење безбедносни проверки на вработените 1,87 и воспоставување програми за подигнување на свеста на вработените за безбедноста 1,77.

Генералната слика што се добива од добиените оценки е дека за македонските компании не треба да биде тешко да ги исполнат законски

зададените критериуми за стекнување на статусот овластен економски оператор. Сите критериум, освен еден, се оценети со оценка под 2. Овие резултати можат да се земат само како општа насока дека кај домашните компании постои подготвеност, доколку е потребно и ако од нив се бара исполнување на некои критериуми, тоа да го сторат. Не може да се добие слика, ниту пресметка, за реалните трошоци што ќе треба да се преземат за да се исполнат бараните критериуми. Дали тоа ќе значи вработување нови лица, набавка на нова информациско-комуникациска опрема, набавка на опрема за подигнување на безбедноста или нешто друго, најверојатно би зависело од природата на дејноста во која функционира компанијата и од степенот на досегашна организација на работата.

Табела 1. Оценување на критериумите за ОЕО



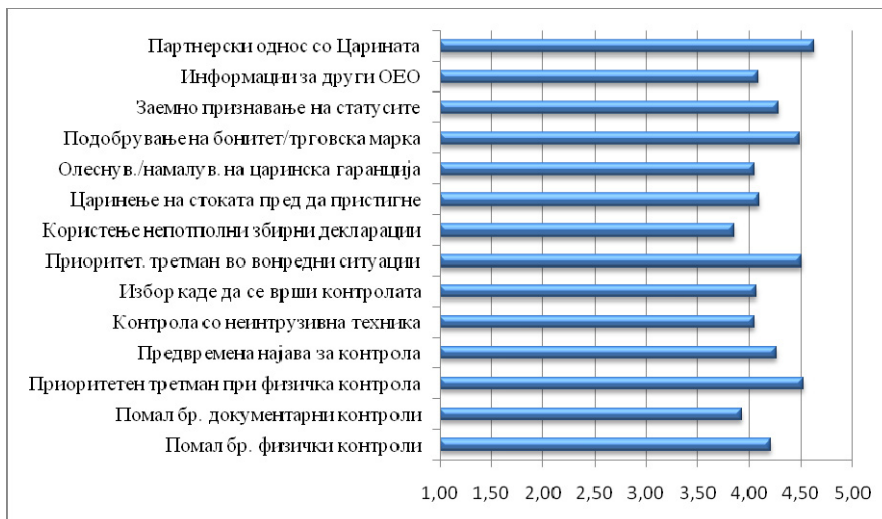
Извор: Тошевска-Трпчевска, Катерина, 2012, стр. 251

Оценките за важноста на мерките за олеснување на трговијата повторно се ставаа од 1 (еден) до 5 (пет), при што оценката 1 значи дека мерката не е воопшто важна и нема големо влијание врз олеснувањето на трговијата, а оценката 5 значи дека мерката е многу важна и има големо влијание за олеснување на трговијата. Од оценувањето на важноста и влијанието на мерките за олеснување на трговијата за македонските компании, добиени се следните просечни оценки на одделните мерки: помал број физички контроли на стоката 4,21; помал број документарни

контроли 3,93; добивање приоритетен третман при физичка контрола 4,52; добивање предвремена најава за спроведување физичка контрола 4,26; спроведување на контролата со нештетувачка техника 4,05; одбирање на местото каде да се изврши контролата 4,07; добивање приоритетен третман во услови на вонредни ситуации 4,51; користење непотполни збирни декларации 3,85; царинење на стоката пред пристигнување 4,10; олеснување или намалување на царинската гаранција 4,05; подобрување на бонитетот и трговската марка на компанијата 4,48; заемно признавање на повластените статуси 4,28; добивање информации за други ОЕО 4,08 и воспоставување партнерски однос со царината 4,63.

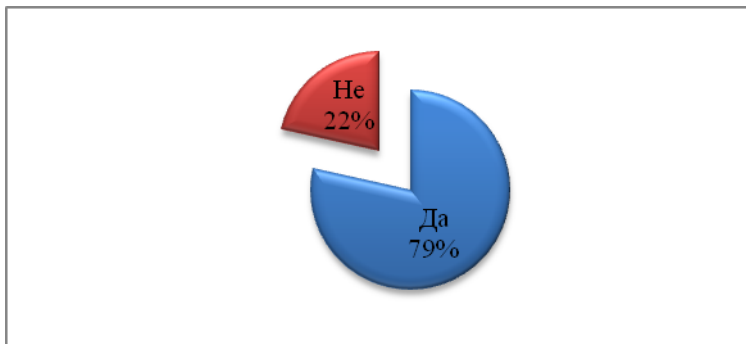
Сите мерки за олеснување на трговијата, освен мерката за примена на помал број документарни контроли и мерката за користењето непотполни збирни декларации, се оценети со просечна оценка над 4 од највисоката можна оценка 5. Ова покажува дека за македонските компании овие мерки имаат голема важност за олеснувањето на трговијата. Според овие резултати може да се заклучи дека македонските компании имаат потреба од олеснување на царинските процедури и формалности и од овозможување какви било мерки за олеснување на трговијата. Овој заклучок може да се искористи како укажување до Царинската управа за преземање напори и, во согласност со постојните ресурси и можности, овозможување дополнителни мерки за олеснување на трговијата за учесниците во трговијата. Ова е повик за зајакнување на партнерскиот однос царина – бизнис, царината постои за да го овозможи функционирањето на бизнисот, а, пак, работата на бизнисот се регулира и се спроведува со функционирањето на царината.

Табела 2. Оценка на мерките за олеснувањата во трговијата



Извор: Тошевска-Трпчевска, Катерина, 2012, стр. 252.

Табела 3. Поднесување барање за ОЕО



Извор: Тошевска-Трпчевска, Катерина, 2012, стр. 253.

78,5% Од компаниите (51 компанија) одговорија дека би поднеле барање за стекнување на статусот овластен економски оператор, наспроти 21,5% (15 компании) кои тоа не би го направиле. Погледнато според типот на фирмата, излегува дека најголем интерес за поднесување барање за статусот овластен економски оператор има кај малите компании (87,5%), потоа кај големите (75%) и најмал кај средните компании (66,67%).

Табела 4. Поднесување барање за ОЕО според типот на фирмата

	Тип на фирма			
	Мали	Средни	Големи	Вкупно
Да	28	14	9	51
Не	4	7	3	14
Вкупно	32	21	12	65

Извор: Тошевска-Трпчевска, Катерина, 2012, стр. 253.

Најважните причини што се наведени за поднесување барање за статусот ОЕО се очекувањата за олеснување (49%) и забрзување (33,3%) на царинските процедури. Од компаниите што би поднеле барање за статусот овластен економски оператор 60,8% би го направиле тоа за третиот вид уверение за царински поедноставувања и сигурност и безбедност, а 39,2% би поднеле барање за уверението за царински поедноставувања. Ниту една компанија не навела дека би сакала да добие од вториот вид уверение за ОЕО за сигурност и безбедност.

Поважни причини што биле наведени за неподнесувањето барање за статусот овластен економски оператор се:

- неочекувањето значително олеснување на трговијата со повластениот статус (35,7%);

- исполнувањето на критериумите би значело поголеми трошоци во однос на добиените олеснувања (35,7%) и
- тешко би ги исполниле бараните критериуми (14,3%).

Заклучок

Податоците добиени од истражувањето покажуваат дека македонските компании имаат потреба за олеснување и забрзување на царинските процедури и формалности. Очигледно, покрај големиот број мерки преземени од Царинската управа за исполнување на стандардите на СЦО и мерките за модернизација и зголемување на ефикасноста на работата, кај македонските компании постои чувство и потреба за нивно подобрување во насока на олеснување на трговијата. Дополнителен аспект што треба да се земе предвид при воведувањето нови мерки за олеснување на трговијата е начинот на нивното воведување и операционализација. Воведувањето мерки за олеснување на трговијата не значи дека компаниите сигурно ќе ги добијат очекуваните придобивки. Практиката покажува дека воведените мерки и програми за олеснување на трговијата треба да бидат сериозно изработени и поддржани од царинската администрација и од другите поврзани државни органи за да можат да доведат до вистинско олеснување и зголемување на трговијата.

На крајот од истражувањето можат да се извлечат следниве согледувања и препораки:

- Царинската управа треба да преземе чекори за воведување на програмата овластен економски оператор во практиката со соодветна подготовка на домашните компании за исполнување на бараните критериуми и услови. Царината треба да ги поддржува компаниите при исполнувањето на бараните критериуми и при решавањето какви било проблеми во меѓународната трговија;

- Царинската управа треба да спроведе пилот-проект за согледување на евентуалните тешкотии при спроведувањето на програмата во практиката и за ефикасно таргетирање на компаниите што први треба да бидат вклучени во процесот. Досегашните искуства зборуваат дека воведувањето на овие програми е најдобро да се направи постепено, со вклучување на големите компании први во програмата. Големите компании се наоѓаат на повисок степен на развој и примена на современите методи на надворешнотрговско и царинско работење и можат со помалку трошоци да ги спроведат бараните приспособувања. Бидејќи тие остваруваат поголем обем на трговска размена, за нив стекнувањето овластен статус може да биде значајна придобивка за полесно вклучување во меѓународниот трговски синцир на снабдување;

- Овозможувањето голем број мерки за олеснување на трговијата, што би биле побројни и поголеми од оние што ги добиваат

корисниците на поедноставените царински постапки, можат да остварат значително влијание врз олеснувањето на трговијата за компаниите што сакаат да поднесат барање за статусот овластен економски оператор. Придобивките што компаниите треба да ги добијат со повластениот статус треба да ги надминат трошоците потребни за исполнување на бараните критериуми;

- Воспоставувањето партнерски однос меѓу царината и бизнис заедницата се покажало како значаен аспект што им е потребен на македонските компании за сигурен и поуспешен настап на меѓународните пазари. Преку зајакнувањето на партнерскиот однос и на соработката меѓу царината и бизнис заедницата може да се постигне напредок на подрачјето за зголемување на безбедноста и за олеснување на трговијата.

Сите мерки за олеснување на трговијата бараат вложување трошоци или ресурси за нивно соодветно спроведување и примена. Сите досегашни истражувања покажуваат дека од преземањето мерки за олеснување на трговијата се очекуваат, главно, позитивни ефекти, видливи и мерливи преку зголемувањето на трговската размена и порастот на БДП. Очекуваните позитивни ефекти на ова подрачје се покажало дека ги надминуваат позитивните аспекти на кој било вид или аспект на либерализацијата на меѓународната трговска размена. Оттаму, несомнено дека сите земји, како и Република Македонија, мора да преземаат мерки за олеснување на трговијата. Она што може да го контролираат земјите, преку националните царински администрации, е брзината на воведување на мерките и начинот на постепено спроведување на програмите во практиката. На овој начин, позитивните ефекти треба да ги надминат неопходните трошоци што значи успешно спроведување на програмите во насока на олеснување на трговијата.

Користена литература:

- Lawrence R. Z., Hanouz M. D., Doherty S., Moavenzadeh J., (2010): *The Global Enabling Trade Report 2010*, World Economic Forum, Geneva.
- The World Bank, (2010): *Connecting to Compete: Trade Logistics in the Global Economy: The Logistics Performance Index and its Indicators*, The World Bank, Washington, D.C.
- Тошевска-Трпчевска Катерина, (2012): *Олеснување на трговијата во современиот мултилатерален трговски систем, докторска дисертација*, Економски факултет, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“, Скопје.
- „Уредба за изменување и дополнување на уредбата за спроведување на царинскиот закон“, *Службен весник на Република Македонија*, Бр. 42, Скопје, 2009.
- World Customs Organization, (2007): *WCO SAFE Framework of Standards, June 2007*, WCO, Brussels.

- World Customs Organization, (2012): *SAFE Framework of Standards to secure and facilitate global trade*, June 2012, WCO, Brussels.
- World Trade Organization, (2013): *Draft Consolidated Negotiating Text, Revision*, TN/TF/W/165/Rev.17, Negotiating Group on Trade Facilitation, Geneva.

THE NEED AND INTERST OF IMPLEMENTING AUTHORIZED ECONOMIC OPERATO IN REPUBLIC OF MACEDONIA

Katerina Toshevska-Trpcevska, Ph.D.

Abstract

The authorized economic operator program is one of the solutions offered by the International community to facilitate and secure global trade. The implementation of this program enables increased trust between the legitimized secure business partners and the customs administration and obtaining mutual benefits from the certified status. Enabling benefits to the authorized economic operators is the main precondition to implement this concept into practice.

In 2008 in the Republic of Macedonia the authorized economic operator has been introduced in the customs legislation, but the program is still not operational.

The goal of the research in this paper is to assess the need and the interest of the Macedonian companies to apply for the status of authorized economic operator. Since this concept is not operational, we couldn't make precise calculation of the costs and the benefits from the implementation of this program. We could only make a self-evaluation of the companies on the difficulties and the costs they may have in order to fulfill the criteria to obtain the certified status. When we put that evaluation in relation to the offered trade facilitation measures by the customs administration we should obtain preliminary thinking for the interest to accept or refuse this concept, or for the decision to apply or not apply for the certificate, and for the reasons for their decision.

Key words: *trade facilitation, authorized economic operator, Republic of Macedonia, research, need and interest to implement the program.*

**АНАЛИЗА НА НЕЕДНАКВОСТА
ВО ДИСТРИБУЦИЈАТА
НА ДОХОДИТЕ
ВО МАКЕДОНИЈА**

УДК: 330.564:303.71(497.7)
„2008/2012“

Д-р Предраг Трпески

Апстракт

Целта на овој дел од трудот е да покаже каков е степенот на нееднаквост на дистрибуцијата на доходите во Република Македонија, како и да се даде одговор кои се основните причини за таквата нееднаквост. Во трудот е анализиран степенот на нееднаквост во дистрибуцијата на доходите за 2008 година, како година во која во последниот квартал отпочна економската криза во земјата и 2012 година, како година во која БДП имаше негативна стапка на економски раст. Во двете избрани години истражувањето се заснова на анализа на нееднаквоста во дистрибуцијата на исплатените нето плати, а не на вкупните доходи, бидејќи за такво нешто нема расположливи податоци.

Анализата на нееднаквоста во дистрибуцијата на платите, во трудот се заснова на утврдување на дистрибуцијата на фреквенции, конструирање на Лоренцовата крива и пресметка на Цини коефициентот. Резултатите од анализата покажуваат дека во Република Македонија постои висок степен на нееднаквост во дистрибуцијата на доходите, а тоа го покажува и вредноста на Цини коефициентот, која е највисока како во однос на сите земји членки на ЕУ, така и во однос на земјите кандидати за членство во Европската Унија.

Клучни зборови: *нееднаквост на доходи, дистрибуција на фреквенции, Лоренцова крива, Цини индекс.*

1. Теоретски и методолошки пристап

Пионерските чекори во мерењето на нееднаквоста во доходите се направени уште во 50-те години од минатиот век, од страна на познатиот

економист, добитник на Нобелова награда за економија, Сајмон Кузнец. Kuznetz (1955) ја испитува врската меѓу економскиот раст и дистрибуцијата на доходите. Подоцна, проблематиката на мерење на нееднаквоста во доходите е обработувана и од други економисти, Atkinson (1970), Tinbergen (1975), McConnell, Brue and MacPherson (2003), Freeman (2009), Atkinson (2009), а свое место заземат и во публикации на меѓународни институции IMF (2007) и OECD (2008).

Во овој труд степенот на нееднаквост во дистрибуцијата на доходите е претставен преку дистрибуцијата на нето платите на вработените и не ги опфаќа другите видови доходи, од причина што статистиката во Македонија не обезбедува доволно податоци за нивната дистрибуција. Нееднаквоста во дистрибуцијата на доходите може да биде објаснета на различни начини, а во рамките на овој труд ќе биде изразена преку: дистрибуцијата на фреквенции (Frequency Distribution), Лоренцовата крива (Lorenz Curve) и Џини коефициентот (Gini Coefficient), (пошироко во McConnell, Brue and MacPherson 2003, p. 500-503).

За мерење на нееднаквоста на доходите во Македонија користени се официјални податоци од публикации на Државниот завод за статистика на РМ, кои понатаму се прилагодувани за потребите на анализата. Обемот на статистичките податоци ја ограничува и анализата, со тоа што анализата на нееднаквоста на доходите ја сведува на анализа на нееднаквоста во дистрибуцијата на платите во РМ.

Во трудот е анализирана нееднаквоста во платите во две години и тоа 2008 година, како година во која, во четвртиот квартал започна економската криза и 2012 година, како последна година со која располагаме со податоци и година во која економијата сè уште се нема опоравено од економската криза и забележа негативна стапка на економски раст.

2. Дистрибуција на платите во Република Македонија

Дистрибуцијата на платите во РМ може да се прикаже на неколку начини, а во рамките на овој труд таа е изразена најпрвин преку т.н. дистрибуција на фреквенции, а потоа и преку Лоренцовата крива и Џини коефициентот.

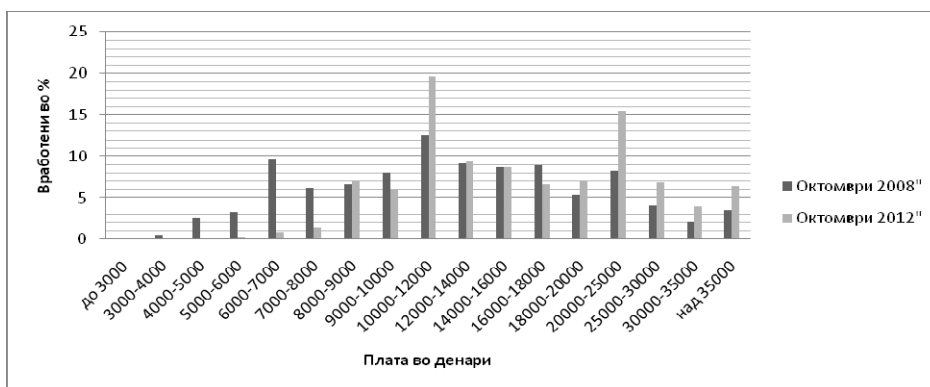
Дистрибуцијата на фреквенции за 2008 и 2012 година е претставена со помош на хистограм, кој е сочинет врз основа на податоците содржани во Табела 1 и ја прикажува дистрибуцијата на платите во Република Македонија со состојба октомври 2008 и 2012 година.

Табела 1. Вработени според висината на платата - октомври 2008 и октомври 2012год.

Плата во денари	Октомври 2008		Октомври 2012	
	Вработени	Вработени во %	Вработени	Вработени во %
до 3000	737	0	0	0
3000-4000	1842	0.5	0	0
4000-5000	9577	2.6	418	0.1
5000-6000	12156	3.3	1253	0.3
6000-7000	35363	9.6	3758	0.9
7000-8000	22838	6.2	5846	1.4
8000-9000	24680	6.7	29646	7.1
9000-10000	29837	8.1	25053	6
10000-12000	46045	12.6	82256	19.7
12000-14000	33889	9.2	39249	9.4
14000-16000	32047	8.7	36326	8.7
16000-18000	33152	9	27558	6.6
18000-20000	19891	5.4	29646	7.1
20000-25000	30574	8.3	64719	15.5
25000-30000	15103	4.1	28810	6.9
30000-35000	8104	2.2	16284	3.9
над 35000	12893	3.5	26723	6.4
Вкупно	368728	100%	417543	100%

Забелешка: Вработени кои оствариле полн фонд на работно време, односно од 160 до 200 платени работни часови.

Извор: Пресметки на авторот врз основа на *Статистичкиот преглед бр. 2.4.9.09 (628), „Вработени и нето плати во РМ во 2008“*, стр. 30-31, и *Статистичкиот преглед бр. 2.4.13.07/748, „Вработени и нето плати во Република Македонија во 2012“*, стр. 38-39, Државен завод за статистика на Република Македонија.

Графикон 1. Дистрибуција на плати во Македонија - октомври 2008 и октомври 2012год.

Врз основа на податоците од табелата и графиконот може да се пресметаат некои показатели за распоредот на фреквенциите: аритметичка

средина, медијана и модус. Врз основа на резултатите, добиени со пресметување на овие показатели, може да заклучиме каква е распределбата на платите во Р. Македонија.

Показателот преку кој ќе ја оценуваме дистрибуцијата на платите е аритметичката средина (пондерирана аритметичка средина, бидејќи имаме групни податоци), која ја пресметуваме според следнава формула:

$$M = \frac{\sum_{i=1}^n fixi}{\sum_{i=1}^n fi}$$

Пресметаниот резултат покажува дека просечната плата во Република Македонија, со состојба октомври 2008 година, изнесува 14.624 денари, додека во октомври 2012 година таа е зголемена за 25% и изнесува 18.376 денари. Порастот на просечната исплатена нето плата во последниве 5 години се должи пред сè на перманентното зголемување на платите на вработените во државниот сектор, кои платата ја земаат преку државниот буџет. Се разбира дека ваквото зголемување на платите нема никаква економска логика од неколку причини и тоа: прво, во целиот тој период економијата се наоѓаше во криза, а во 2009 и 2012 година стапката на раст на реалниот БДП беше негативна, -0,9% и -0,3%, последователно; второ, зголемувањето на платите ги фаворизира вработените во државниот сектор, за сметка на приватниот. Од друга страна, пак, во 2008 година 58,8% од вработените примале плата која е пониска од пресметаната просечна плата, а во 2012 година овој процент е зголемен и изнесува 60%.

Но, отстапувањата од просечната плата на лицата кои примаат повисока плата од просекот се поголеми отколку отстапувањата од просечната плата на лицата кои примаат пониска плата од просечната. Токму поради оваа причина, а за да може да се објасни просечното отстапување на висината на платата од аритметичката средина, нужно е да се пресметаат стандардната девијација како апсолутна мерка на дисперзија и коефициентот на варијација како релативна мерка на дисперзија.

Стандардната девијација се пресметува како корен од варијансата која се изразува преку формулата:

$$\sigma^2 = \frac{\sum_{i=1}^n fixi^2}{\sum_{i=1}^n fi} - M^2$$

Коефициентот на варијација ќе се добие кога стандардната девијација ќе се подели со аритметичката средина.

Врз основа на извршените пресметки добиени се резултати за стандардната девијација и коефициентот на варијација во двете анализирани години.

	Стандардна девијација	Коефициент на варијација
2008	9.307 денари	63,64%
2012	10.489 денари	57%

Иако во 2012 година стандардната девијација, како апсолутна мерка на дисперзија, е поголема во однос на 2008 година, сепак поради порастот на просечната нето плата коефициентот на варијација, како релативна мерка на дисперзија, бележи намалување. Ова значи, дека просечното отстапување на платите од аритметичката средина во 2008 година изнесувало 63,64%, додека во 2012 година е намалено и изнесува 57%. Но и во двата случаи може да се констатира дека се работи за големо отстапување. Тоа значи дека нееднаквоста во дистрибуцијата на платите е голема.

Степенот на нееднаквост во дистрибуцијата на платите може да се објасни и со помош на *Лоренцовата крива*. За да може да се прикаже Лоренцовата крива, прво треба да се утврдат кумулативниот процент на вработени и соодветниот кумулативен процент на плата која тие вработени ја примаат. Врз основа на податоците од табелата може да се конструира Лоренцовата крива за дистрибуцијата на платите во Република Македонија за 2008 и 2012 година.

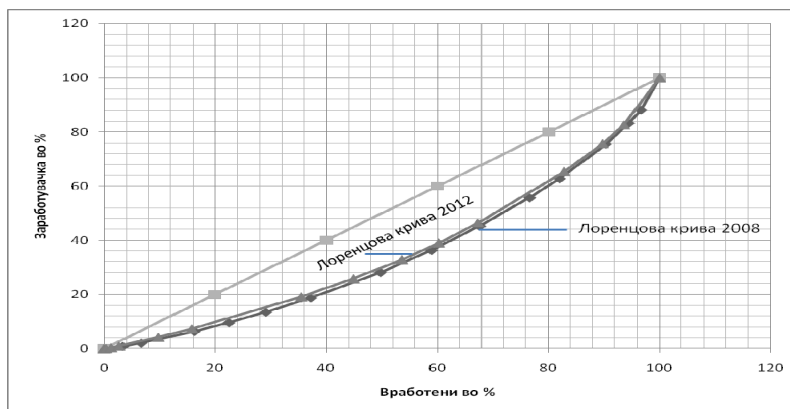
Табела 2. Кумулативен процент на вработени и плати - октомври 2008 и октомври 2012 год.

2008		2012	
Кумулативен % на вработени	Кумулативен % на плати	Кумулативен % на вработени	Кумулативен % на плати
0,2	0,02	0.0	0.0
0,7	0,14	0.0	0.0
3,3	0,94	0.1	0.0
6,6	2,18	0.4	0.1
16,2	6,44	1.3	0.4
22,4	9,62	2.7	1.0
29,1	13,51	9.8	4.3
37,2	18,76	15.8	7.4
49,7	28,16	35.5	19.2
58,9	36,33	44.9	25.8
67,6	45,24	53.6	32.9
76,6	55,69	60.2	39.0
82,0	62,70	67.3	46.4
90,3	75,46	82.8	65.4
94,4	83,16	89.7	75.7
96,6	88,05	93.6	82.6
100,0	100,00	100.0	100.0

Извор: Пресметки на авторот врз основа на *Статистичкиот преглед бр. 2.4.9.09 (628)*, „Вработени и нето плати во РМ во 2008“, стр. 30-31, и *Статистичкиот преглед бр. 2.4.13.07/748*, „Вработени и нето плати во Република Македонија во 2012“, стр. 38-39, Државен завод за статистика на Република Македонија.

Дијагоналната линија на графиконот е линија на перфектна еднаквост во дистрибуцијата на платите. Нееднаквоста не би постоела доколку Лоренцовата крива би се поклопила со дијагоналната линија. Колку Лоренцовата крива е поблиску до дијагоналната линија, толку нееднаквоста во дистрибуцијата на платите е помала и обратно, колку Лоренцовата крива е подалеку од дијагоналната линија, нееднаквоста е поголема.

Графикон 2. Лоренцова крива во Македонија - октомври 2008 и октомври 2012 год.



Како што може да се види од графиконот, иако Лоренцовата крива за 2012 година се наоѓа од внатрешната страна и е поблиску до линијата на перфектна еднаквост во дистрибуцијата на платите, сепак, се работи за незначително отстапување од конструираната Лоренцова крива за 2008 година. Всушност, Лоренцовата крива за 2008 година туку речиси се поклопува со Лоренцовата крива за 2012 година, што укажува на фактот дека нееднаквоста во дистрибуцијата на платите во Република Македонија во 2008 и 2012 година е скоро идентична.

Аналитичката вредност на Лоренцовата крива се согледува во фактот што, преку неа, всушност може да се утврди колкав дел од платите зафаќа определена категорија вработени. Според податоците од табелата и графиконот за Лоренцовата крива на примерот на Македонија, може да се види дека половината од вработените или 49,7% зафаќаат само 28,16% од износот на платите, односно дека 23,3% од вработените ја добиваат скоро половината (поточно 44,31%) од вкупно исплатените плати. Слична состојба има и во 2012 година, каде половина од вкупно вработените (44,9%) примаат 25,8% од вкупно исплатените плати. Ова покажува дека постои нееднаквост во дистрибуцијата на платите во Република Македонија. Но, исто така, Лоренцовата крива има и негативност, а тоа е што таа дава само визуелна слика за нееднаквоста во дистрибуцијата, при што нееднаквоста не може да се споредува.

За да се надмине оваа негативност, се пресметува *Џини коефициентот*. Џини коефициентот е мерка за нееднаквоста во дистрибуцијата на платите, или нееднаквоста на доходите или најопшто богатството. Тој може да има вредност од 0 до 1 (или од 1 до 100 доколку се помножи со 100 и тогаш се нарекува Џини индекс). Перфектна еднаквост во дистрибуцијата има кога вредноста е 0, додека вредноста 1 (или 100) упатува на перфектна нееднаквост. Пониската вредност на овој коефициент упатува на поеднаква дистрибуција на платите или доходите, додека повисоката вредност или доближувањето до 1 (или 100) упатува на поголема нееднаквост во дистрибуцијата.

Џини коефициентот се пресметува кога полето помеѓу дијагоналната линија и Лоренцовата крива ќе се подели со вкупното поле под дијагоналната линија. Врз основа на податоците, содржани во претходните табели, направена е пресметка на Џини коефициентот во Република Македонија, при што неговата вредност изнесува 0,314 (или Џини индекс 31,4). Ова е доста низок Џини коефициент, бидејќи тој е пресметан врз основа на податоците во презентираниите табели и Лоренцовата крива, а кои се засноваат само врз основа на исплатените плати на вработените и не ги земаат предвид останатите доходи (ренти, камати и профити) што им биле исплатени на македонските граѓани.

Џини индексот за Република Македонија, пресметан врз основа на сите доходи, го има пресметано Светската банка и тој е видливо повисок.

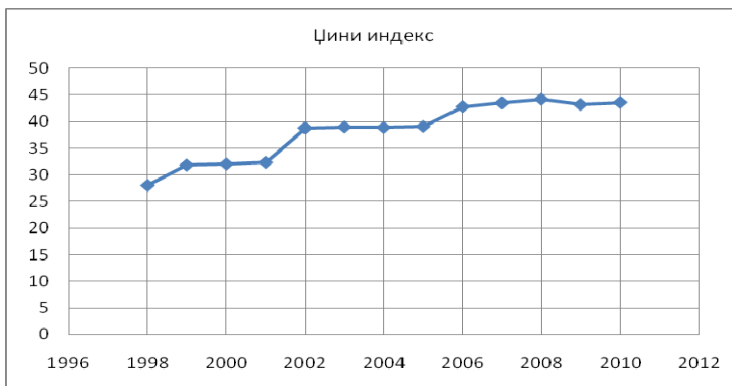
Табела 3. Џини коефициент во Република Македонија

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Џини инд.	28,1	31,9	32,1*	32,4	38,8	39,0	38,9	39,1	42,8	43,5*	44,2	43,2	43,6

Извор: World Bank, <http://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI>

* Пресметано од авторот како аритметичка средина од претходната и наредната година, бидејќи Светската банка нема податоци за 2000 и 2007 година.

Графикон 3. Движење на Џини индексот во Р. Македонија во периодот 1998 – 2010 год.



Како што може да се воочи од табелата и графиконот Џини коефициентот во последните петнаесет години бележи тенденција на перманентен пораст, односно од 28,1 во 1998 година се искачи на највисоко ниво од 44,2 во 2008 година и во 2009 и 2010 година туку речиси го задржа тоа ниво (43,2 и 43,6, респективно). Ова е значително повисока вредност на Џини коефициентот и укажува на доста повисок степен на нееднаквост во дистрибуцијата на доходите во Република Македонија, отколку што е нееднаквоста во дистрибуцијата на платите. Имено, Џини коефициентот пресметан врз основа на исплатените плати во Р. Македонија во 2008 година изнесува 31,4, додека во истата година, Џини коефициентот, пресметаниот од страна на Светската банка, а врз основа на вкупно исплатените доходи, е драстично повисок и изнесува 44,2. Ова упатува на фактот дека поголема нееднаквост во дистрибуцијата има кај останатите доходи (камати, ренти, профити).

Дали е ова висока или ниска вредност на Џини коефициентот можеме да констатираме откако би го споредиле со вредностите во земјите членки на ЕУ. За ЕУ27, Џини индексот во 2010 година изнесува 30,4. Но, има и земји каде овој коефициент е повисок од 0,3, а тие се: Португалија 33,7, Латвија 36,1, Литванија 36,9, Грција 32,9, Велика Британија 32,9, Романија 33,3, Естонија 31,3, Полска 31,1, Шпанија 33,9, Бугарија 33,3, Хрватска 31,5¹ и Ирска 33,2. Има земји членки на ЕУ 27 каде Џини индексот е понизок: Словенија 23,8, Унгарија 24,1, Шведска 24,1, Чешка 24,9, Финска 25,4, Холандија 25,5, Словачка 25,9, Австрија, 26,1, Белгија 26,6, Данска 26,9. Земји во кои вредноста на Џини коефициентот е понизок, но се приближува на просекот за ЕУ 28 се: Германија 29,3, Франција 29,8, Кипар 29,8, Малта 28,4. (Eurostat, <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&plugin=0&language=en&pcode=tessi190>, Gini coefficient of equivalised disposable income (source: SILC)). Според официјалните податоци на Светската банка земји кои имаат понизок Џини индекс од просекот на ЕУ 28 се Србија со Џини индекс 29,6 и Црна Гора со 28,6. (World Bank, <http://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI>).

Може да се заклучи дека Џини индексот во Република Македонија е многу над просекот на ЕУ 28, што значи дека има многу поголема нееднаквост во дистрибуцијата на доходите. Република Македонија се приближува кон вредноста на Џини индексот на ЕУ 28, само доколку овој индекс за Р. Македонија се пресмета врз основа на дистрибуцијата на платите и да не се пресметуваат другите доходи на граѓаните. Ова укажува дека кај дистрибуцијата на платите во Македонија нема поголема нееднаквост, туку дека нееднаквоста е доста поизразена кај другите доходи, како што се профитите, каматите и сл.

¹ Хрватска не влегува во ЕУ27.

Заклучок

Република Македонија е земја со висок степен на нееднаквост во дистрибуцијата на доходите, што според вредноста на Џини индексот ја доведува на врвот на листата, како на земјите членки на ЕУ, така и на земјите кандидати за членство во Унијата.

Добиените резултати покажуваат дека, иако во 2012 година стандардната девијација од 10489 денари, како апсолутна мерка на дисперзија, е поголема во однос на 2008 година кога изнесуваше 9307 денари, сепак, поради порастот на просечната нето плата за 25%, или од 14.624 денари во 2008 година на 18.376 денари во 2012 година, коефициентот на варијација, како релативна мерка на дисперзија бележи намалување. Порастот на просечната исплатена нето плата во последниве 5 години се должи пред сè на перманентното зголемување на платите на вработените во државниот сектор, кои платата ја земаат преку државниот буџет. Ова значи дека просечното отстапување на платите од аритметичката средина, во 2008 година изнесувало 63,64%, додека во 2012 година е намалено и изнесува 57%. Но и во двата случаи станува збор за големо отстапување и за голема нееднаквост во дистрибуцијата на платите.

Она што е карактеристично за Република Македонија е фактот дека Џини индексот во последните петнаесет години бележи тенденција на перманентен пораст, односно од 28,1 во 1998 година се искачи на највисоко ниво од 44,2 во 2008 година, а во 2009 и 2010 година туку речиси го задржа тоа ниво (43,2 и 43,6, респективно). Ова е изразито висока вредност на Џини индексот и укажува на доста повисок степен на нееднаквост во дистрибуцијата на доходите во Република Македонија, отколку што е нееднаквоста во дистрибуцијата на платите. Имено, Џини индексот, пресметан врз основа на исплатените плати во Македонија во 2008 година изнесува 31,4, додека во истата година, Џини индексот, пресметаниот од страна на Светската банка, а врз основа на вкупно исплатените доходи, е драстично повисок и изнесува 44,2. Ова упатува на фактот дека поголема нееднаквост во дистрибуцијата има кај останатите доходи (камати, ренти, профити).

Може да се заклучи дека Џини индексот во Република Македонија е многу над просекот на ЕУ 28 кој изнесува 30,4 во 2010 година, што значи дека има многу поголема нееднаквост во дистрибуцијата на доходите. Република Македонија се приближува кон вредноста на Џини индексот на ЕУ 28, само доколку овој индекс за Р. Македонија се пресмета врз основа на дистрибуцијата на платите и да се изостават останатите доходи на граѓаните. Ова укажува дека кај дистрибуцијата на платите во Р. Македонија нема поголема нееднаквост, туку дека нееднаквоста е доста поизразена кај другите доходи, како што се профитите, каматите и сл.

Нееднаквоста во дистрибуцијата на платите во Македонија во еден дел се должи и на структурата на вработените лица според степенот на образование. Учеството на вработените лица со најмногу четиригодишно средно образование во вкупната вработеност изнесува околу 75%, со вишо образование изнесува 5% и со минимум високо образование 20%. Имајќи ја предвид ваквата структура на вработените според степенот на образование, очевидно е дека лицата со најмногу четиригодишно средно образование се оние вработени кои примаат плата под просечната плата на ниво на Република Македонија. Токму тие 75% кои се со најмногу четиригодишно средно образование ја земаат половината од вкупно исплатените плати, додека другата половина оди кај лицата кои имаат минимум вишо и високо образование, а кои претставуваат 25% од вработените.

Користена литература:

- Atkinson, A., (1970), "On the Measurement of Inequality", *Journal of Economic Theory*, Elsevier, Vol. 2, p.p. 244-263.
- Atkinson, A.B. (2009), *The Changing Distribution of Earnings in OECD Countries*, Oxford University Press, Oxford.
- Државен завод за статистика на Република Македонија, „Вработени и нето плати во РМ во 2008“, *Статистичкиот преглед бр. 2.4.9.09 (628)*.
- Државен завод за статистика на Република Македонија, „Вработени и нето плати во РМ во 2012“, *Статистичкиот преглед бр. 2.4.13.07/748*.
- Eurostat,
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&plugin=0&language=en&pcode=tessi190>
- Freeman, R. (2009), "Globalization and Inequality", in W. Salverda, B. Nolan and T. Smeeding (eds.), *Oxford Handbook of Economic Inequality*, Oxford University Press, pp. 575-589.
- IMF (2007), "Globalization and Inequality", *World Economic Outlook*, IMF, Washington, pp. 31-65, October.
- Kuznetz, S., (1955), "Economic Growth and Income Inequality", *American Economic Review*, American Economic Assotiation, Vol. XLV, No. 1, March, p.p. 1-28.
- McConnell, Brue and MacPherson, (2003), *Contemporary Labour Economics, sixth edition*, Mc Graw-Hill/Irwin.
- OECD (2008), *Growing Unequal? Income Distribution in OECD Countries*, OECD Publishing, Paris.
- Tinbergen, J. (1975), *Income Distribution: Analysis and Policies*, North-Holland Publishing, Amsterdam.
- World Bank, <http://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI>

ANALYSIS OF INEQUALITY IN DISTRIBUTION OF INCOMES IN MACEDONIA

Predrag Trpeski, Ph.D.

Abstract

The purpose of this paper is to show the degree of inequality in the distribution of incomes in the Republic of Macedonia, as well as to give answer for the basic reasons for such inequality. In the paper is analyzed the degree of inequality in the distribution of incomes for 2008, as year in which, in the last quarter, began economic crisis in the country, and 2012 as year in which GDP had a negative rate of economic growth. In the two chosen years the analysis is based on analysis of inequality in the distribution of paid net wages, and not in distribution of total incomes, because for such analysis there were no available data.

The analysis of inequality in the distribution of wages, in the paper, is based on determining the distribution of frequencies, constructing the Lorenz curve and calculate the Gini index. The results of the analysis show that in the Republic of Macedonia there is a high degree of inequality in the distribution of income, and the value of the Gini index shows that. The value of Gini index in Macedonia is highest not only among member states but and EU member candidates.

Key words: *inequality of income, distribution of frequencies, Lorenz curve, Gini index.*

**ПРОЦЕНА НА ПРЕМИЈАТА ЗА
РИЗИК НА АКЦИОНЕРСКИОТ
КАПИТАЛ СО ПРИМЕНА НА
ГОРДОНОВИОТ МОДЕЛ НА
ДИСКОНТИРАНА
ДИВИДЕНДА**

Д-р Александар Наумоски

Апстракт

Премиијата за ризик на акционерскиот капитал претставува одвишок принос над безризичната стапка која треба да му овозможи компензација на ризико-аверзичните инвеститори за преземање на ризикот од инвестирањето во акции. Најчесто применуваниот пристап за нејзина проценка се базира на историските остварени приноси. Доколку веруваме дека минатото ќе се повтори во иднината, само тогаш овој пристап е валиден. Големите број истражувачи сметаат дека порелевантни се пристапите на имплицитната и на очекуваната премија за ризик. Овој труд е фокусиран на пристапот на имплицитна премија за ризик на акционерскиот капитал каде премијата за ризик се проценува со примена на некој од широко употребуваните модели за вреднување на акции. Имено, кога инвеститорите го вреднуваат средството, тие имплицитно кажуваат колкава е нивната барана стапка на принос. Таа стапка, намалена за безризичната стапка, ја покажува премијата за ризик. Во овој труд ја развиваме токму оваа интуиција и сакаме да докажеме дека тековната пазарна цена на акцијата, поврзана со очекуваните готовински текови, треба да продуцираат во проценка на премијата за ризик на акционерскиот капитал. Тука ќе биде применет Гордоновиот модел на стабилен раст на дивиденда преку емпириската анализа на имплицитната премија за ризик на акционерскиот капитал во Република Македонија.

Клучни зборови: *имплицитна премија за ризик, безризично средство, Гордонов модел.*

Вовед

Имплицитната премија за ризик претставува имплицитно барана премија за ризик која се применува кај вреднувањето на акциите (или кај пазарниот индекс) и која ја изедначува тековната пазарна вредност со проценетите идни готовински текови на акцијата. Имплицитната премија за ризик уште се нарекува *ex ante* премија за ризик. Сепак, постоењето на единствена имплицитна премија за ризик подразбира дека пазарот на акции може да се објасни со репрезентативен инвеститор, или дека сите инвеститори во секој момент имаат исти очекувања за идните готовински текови и применуваат иста дисконтна стапка за да ја вреднуваат секоја компанија.

Проблемот кај процената на имплицитната премија за ризик е уште поголем со тоа што не постои само еден начин, или можеби само еден најдобар начин, за нејзина процена. На почетокот, финансиските економисти се базираа на моделот на дисконтирање на дивиденда (МДД) за нејзина процена, а последните студии се базираат на моделот на резидуална добивка (МРД), односно на моделот на слободен готовински тек како повеќе преферирани модели. Но, изненадувачки е што скоро и да не постојат сеопфатни компарации на различните модели.

Трудот е составен од пет дела. Првиот дел дава вовед на проблемот на имплицитната премија за ризик. Вториот дел дава преглед на резултатите од истражувањата со примена на пристапот на имплицитна премија за ризик кај повеќе автори. Третиот дел дава поглед на методологијата на истражувањето. Четвртиот дел е истражувањето во случајот на Република Македонија. Петтиот дел дава заклучни согледувања.

1. Преглед на литературата

Првите истражувања во ова поле ги направија Cornell (1999) и Claus и Thomas (2001) Понатака, студиите на Easton et al. (2002), Lee et al. (2003), Daske et al. (2004) и P'astor et al. (2005) се однесуваат на истражувања на имплицитниот трошок на капиталот кај индивидуални компании. Gebhardt et al. (2001), Lee et al. (2003) и Guay et al. (2003) ги истражуваат детерминантите на имплицитниот трошок на капиталот. Еден од најчесто цитираните трудови во литературата е оној на Fama и French (2002) кои ги употребуваат дивидендите и заработките за да ја проценат премијата за ризик. По објаснувањето на моделите за процена на имплицитната премија за ризик ќе дадеме поширок осврт кон резултатите добиени од истражувањата на ова поле кај неколку автори.

Процените на имплицитната премија за ризик зависат од претпоставките кои се направени во поглед на очекуваната стапка на раст (g). Дури и пазарните цени да се еднакви за сите инвеститори, сепак не постои уникатна премија за ризик за сите инвеститори: постојат многу парови ($ImERP, g$) кои ја задоволуваат равенката (1). Дури и кога равенката 1 е валидна за сите инвеститори, постојат многу различни барани приноси (исто толку многу колку и очекувани стапки на раст, g) на пазарот. Многу трудови во финансиската литература покажуваат различна процена на имплицитната премија за ризик со голема дисперзираност, како на пример Claus и Thomas (2001): $ImERP=3\%$, Harris и Marston (2001): $ImERP=7,14$ и Ritter и Wang (2002): $ImERP=12\%$ во 1980, $ImERP=-2\%$ во 1999 година. Не постои единствена $ImERP$ за сите инвеститори.

Jagannathan, McGrattan и Scherbina (2000) го применуваат моделот на Gordon и претпоставуваат дека дивидендите ќе растат со исто темпо како и БДП и, согласно со тоа, процениле дека $ImERP$ во САД е $3,04\%$. Тие велат дека „да се добие процена на нивото на премијата за ризик кое го добиле Brealey и Myer's од $9,2\%$, би требало да претпоставиме номинален раст на дивидендите од $13,2\%$. Ова е неразумна претпоставка“. Тие, исто така, се осврнуваат на истражувањето на Welch (2000) и заклучуваат дека „очигледно, професорите по финансии не очекуваат дека премијата за ризик ќе се намалува“.

Claus и Thomas (2001) ја пресметале премијата за ризик со примена на моделот на Gordon и моделот на резидуална добивка, претпоставувајќи дека стапката на раст g е општоприфатената стапка на раст, утврдена од прогнозите на финансиските аналитичари на пазарите на акции за следните пет години и дека коефициентот на исплата на дивиденда ќе биде 50% . Тие, исто така, претпоставиле дека растот на резидуалните заработки по петтата година ќе биде тековната стапка на десетгодишната обврзница, минус 3% . Со примена на податоци од 1985 г. до 1988 г., тие утврдиле дека $ImERP$ е помала од ИПР и препорачуваат примена на БПР од околу 3% за САД, Канада, Франција, Германија, Јапонија и Обединетото Кралство.

Harris и Marston (2001), со примена на моделот на дисконтирана дивиденда и процените на финансиските аналитичари во врска со растежот на заработките на долг рок, процениле $ImERP$ од $7,14\%$ за S&P 500 над државните обврзници за периодот од 1982-1998 г. Тие, исто така, тврдат дека $ImERP$ се движи инверзно во однос на стапките на државните обврзници, што згледа многу неверојатно.

Easton, Taylor, Shroff и Sougiannis (2002) го применуваат моделот на резидуална добивка и со примена на податоците на IBES за очекуваниот раст процениле дека просечната имплицитна премија за ризик изнесува $5,3\%$ за периодот 1981-1998 г. Некои автори, како што се Chan, Karceski и Lakonishok (2001) тврдат дека „прогнозите на IBES се преоптимистички и имаат многу мала преведувачка моќ за долгорочниот раст“.

Goedhart, Koller и Wessels (2002) го применуваат моделот на дисконтирана дивиденда (земајќи го тука и откупот на сопствени акции од страна на компаниите), со примена на стапката на раст на БДП како застапник за стапката на раст на заработките и со земање на просечната стапка на инфлација за последните пет години како репер за очекуваната инфлација. Нивните заклучоци се претставени во табелата 1. Тие заклучуваат дека според нивните процени, реалниот трошок на капиталот бил извонредно стабилен на ниво од 7% во САД и 6% во Обединетото Кралство од почетокот на 1970-тите. При дадената тековна стапка на принос на долгорочните обврзници од 3% во САД и 2,5% во Обединетото Кралство, имплицитната премија за ризик на акционерскиот капитал е околу 3,5% до 4% за двата пазари.

Табела 1. ImERP и реалниот трошок на акционерскиот капитал во САД и во Обединетото Кралство

	САД		Обединето Кралство	
	1962-1979	1990-2000	1962-1979	1995-2000
Пазарна премија за ризик	5,0%	3,6%	4,3%	3,0%
Реална безризична стапка	2,2%	3,1%	1,4%	2,8%
Реален трошок на капиталот	7,2%	6,7%	5,7%	5,8%

Извор: Goedhart et al (2002)

Fama и French (2002) со примена на моделот на дисконтирана дивиденда, извршиле процена на имплицитната премија за ризик за периодот од 1951-2000 г. и утврдиле дека таа изнесува 2,55%, а со моделот на резидуална заработка изнесува 4,32%, што е многу пониско од историската премија за ризик од 7,43% за истиот период. За периодот 1872-1950 г. тие процениле дека имплицитна премија за ризик изнесувала 4,17% и била слична на историската премија за ризик од 4,4%. Тие тврдат дека во периодот 1951-2000 г. „намалувањето на очекуваниот принос на акциите е примарен извор на неочекувани капитални добивки“ и дека „некондиционалната очекувана премија за ризик од последните 50 години веројатно е многу пониска од реализираната премија“. Во еден поранешен труд, Fama и French (1992), пак, покажаа дека во периодот од 1941-1990г., еднакво пондерираниот индекс покажал подобри перформанси отколку вредносно пондерираниот индекс (со просечни месечни приноси од 1,12%, наспроти 0,93%) за целиот период, како и кај поголем број на потпериоди. Ritter и Warr (2002) тврдат дека во периодот 1979-1997 г., ImERP се намалила од +12% на -7%. Неговата процена на ImERP за 2006 година со примена на геометриска основа изнесува 2%.

Harris, Marston, Mishra и O'Brien (2003) извршиле процена на дисконтните стапки за неколку компании со примена на моделот на

дисконтирана дивиденда и со претпоставка дека g е еднаква на општоприфатената стапка на прогнозиран раст на дивидендата по акција помеѓу аналитичарите. Тие откриле дека ImERP изнесува 7,3% (доколку бета се пресметува со домашен индекс) и 9,7% (доколку бета се пресметува со примена на светскиот индекс).

Многу автори ја применуваат општоприфатената стапка (g) на прогнозиран раст на дивидендата по акција помеѓу аналитичарите, но Doukas, Kim и Pantzalis (2006) откриле дека приносите на акциите се позитивно поврзани со дивергентните мислења на аналитичарите, а разликите во мислењата ги сметаат за ризик.

Vivian (2005) направи репликација на истражувањето на Fama и French (2002) на случајот на Обединетото Кралство и доби слични резултати, прикажани во табелата 2 и заклучува дека дисконтната стапка (и бараната премија за ризик) се намалила во последните години од 20-от век.

Табела 2. Споредба на БПР и ИПР во САД и во Обединетото Кралство

САД	БПР	ИПР	Обединето Кралство	БПР	ИПР
1872-2000	3,54%	5,57%	1901-2002	4,41%	5,68%
1872-1950	4,17%	4,40%	1901-1950	4,22%	3,49%
1951-2000	2,55%	7,43%	1951-2002	4,60%	7,79%
			1966-2002	3,00%	6,79%

Извор: Fama и French (2002)

Извор: Vivian (2005)

O'Hanlon и Steele (2000) предлагаат методи за пресметка на премијата за ризик со примена на сметководствени ставки и добиле различни проценки помеѓу 4 и 6%.

Glassman и Hassett (2000) во нивната книга „Dow 36,000“ пресметаа дека БПР за САД во 1999 година изнесувала 3%, при што тврдат дека акциите воопшто не треба да носат некаква премија ризик и дека цените на акциите ќе пораснат драматично, веднаш штом акционерите ќе го сфатат ова.

Faugere и Erlach (2006) тврдат дека премијата за ризик на акционерскиот капитал ја следи вредноста на продажната опција на S&P 500. Но овој заклучок не е многу корисен: „*примената на премија за ризик од 8,1% во формулите за вреднување и кај капиталните вложувања може да биде соодветно, бидејќи набљудуваното ниво на долгорочната премија за ризик е целосно конзистентна со набљудуваниот стабилен растеж на БДП и е конзистентен, исто така, и со објаснувањата на ризикот. Како и да е, доколку некој верува дека трендовите на дивидендите приноси од 1990-те, каматните стапки, даноците и инфлацијата претставуваат постојани промени во режимот, тогаш нашиот модел може да се параметрира за да донесе премија за ризик од 3,5%.“*

Donaldson, Kamstra и Kramer (2006) вршат симулација за изведување на дистрибуцијата од која ги изведуваат каматните стапки, стапките на раст на дивидендите и премиите за ризик и тврдат дека „вистинската *ex ante* премија за ризик $3,5\% \pm 50$ б.п. Тие тврдат дека претходните студии „ја проценуваат премијата за ризик со голема непрецизност: често *ex post* проценетите износи од 5% - 6% не можат статистички да се разликуваат од *ex ante* проценетите износи од најмалку 1% до најмногу 10%.“

Damodaran (2012) дава широк спектар на процени на пазарната премија за ризик со примена на различни методологии. Во поглед на имплицитната премија за ризик, со примена на двофазниот модел на дисконтирање на дивиденда, како стапка g за првите пет години ја зема прогнозата на финансиските аналитичари, а како стапка на долгорочен раст g_i ја зема тековната безризична стапка. Во дивидендите се вклучени и откупите на сопствените акции. Истата методологија ја повторува секој месец, почнувајќи од јануари 2008 година. Резултатите од неговите процени на имплицитната премија за ризик и споредени со проценетата историска премија за ризик се дадени во табелата 3.

Табела 3. ИПР и ImERP за случајот на САД

	ИПР во декември		ImERP
	аритметичка средина	геометриска средина	
31 дек. 2007/ јан. 2008	6.42%	4.79%	4,37%
31 дек. 2008 / јан. 2009	5.65%	3.88%	6,43%
31. дек. 2009 / јан. 2010	6.03%	4.29%	4,36%
31 дек. 2010 / јан. 2011	6.03%	4.31%	5,20%
31 дек. 2011 / јан. 2012	5.80%	4.10%	6,04%
31 дек. 2012 / јан. 2013	5.88%	4.20%	5,78%

Извор: Damodaran (2012)

Варирањето на ImERP се должи на големината на индексот на крајот на годината, а најмногу на големината на откупот на сопствените акции и прогнозираните стапки на раст на аналитичарите. Аритметичката средина на остварената премија за ризик на крајот на годината е поблиска до имплицитната.

2. Методологија применета во истражувањето

Основната идеја на концептот на имплицитниот трошок на капиталот е да се изврши негова процена со помош на моделите на идната вредност. Попрецизно, цената на капиталот се пресметува како интерна стапка на рентабилност, односно стапката која ги изедначува идните исплати кои се очекуваат од акцијата со нејзината сегашната цена. Во литературата, многу различни верзии на моделот на сегашната вредност се користат за да се пресмета имплицитната цена на капиталот. Двете најчесто користени формули се моделот на дисконтирана дивиденда, како што ја применува Cornell (1999) и моделот на резидуална добивка, како што ја применуваат Claus и Thomas (2001) и Lee et al. (2003). Општиот ДДМ е следниот:

$$P_0 = \sum_{t=1}^{\infty} \frac{E[D_t]}{(1+k)^t} \quad (1)$$

каде P_0 е тековната цена на акцијата на крајот на годината 0; $E[D_t]$ е очекуваната дивиденда по акција на крајот на годината t ; k е трошокот на капиталот или, еквивалентно, очекуваната стапка на принос на акционерот.

Кога ќе биде комбиниран со т.н. чист вишок, тогаш МДД се трансформира во МРД, како во пристапот на Feltham и Ohlson (1995). Оваа релација подразбира дека сите добивки и загуби кои влијаат на книговодствената вредност на акцијата исто така се вклучени во заработките:

$$D_t = E_t - (B_t - B_{t-1}) \quad (2)$$

Оттука, МРД може да се изрази на следниов начин:

$$P_0 = B_0 + \sum_{t=1}^{\infty} \frac{E[R_t]}{(1+k)^t} \quad (3)$$

каде,

$$E[R_t] = E[E_t] - k \cdot B_{t-1} = (ROE_t - k) \cdot B_{t-1} \quad (4)$$

Тука, B_t е книговодствената вредност на акцијата на крајот на годината t (B_0 е тековната книговодствена вредност); $E[R_t]$ е очекуваната резидуална добивка по акција во годината t ; $E[E_t]$ е очекуваната заработка по акција во годината t ; ROE_t (очекуваниот) принос на капиталот во годината t .

Равенката 4 ја демонстрира основната идеја на резидуалната добивка: само доколку компанијата остварува повисоки приноси на

капиталот отколку нејзиниот трошок на капиталот, таа може да креира позитивни резидуални добивки. Во обратен случај, компанијата треба да биде вреднувана по нејзината книговодствена вредност, или дури и помалку. Чистите вишоци може да се запишат како:

$$B_t = B_{t-1} + E_t - D_t = B_{t-1} + r_t \cdot E_t \quad (5)$$

каде r_t е коефициентот на задржана добивка во годината t , идните книговодствени вредности на акцијата може последователно да се пресметаат од идните добивки и коефициентите на задржана добивка со примена на равенката 5.

2.1. Моделот на дисконтирана дивиденда

Наједноставната и најчеста верзија на моделот на дисконтирана дивиденда е онаа на моделот на раст Gordon (1962), кој претпоставува константна стапка на раст на дивидендите во иднина.

$$P_0 = \frac{E[D_1]}{k - g} \quad (6)$$

каде, $E[D_1]$ е очекуваната дивиденда следната година; P_0 е цената на акцијата денес; k е бараната стапка на принос; g е стапката на константен растеж на дивидендата во иднина. Оттука произлегува дека:

$$k = \frac{E[D_1]}{P_0} + g \quad (7)$$

бидејќи имплицитната премија за ризик $ImERP = k - R_f$, произлегува дека:

$$ImERP = \frac{E[D_1]}{P_0} + g - R_f \quad (8)$$

Во моделот (8) соодносот $\frac{E[D_1]}{P_0}$ го претставува коефициентот на

дивиденден принос, додека, пак, $\frac{D_t}{P_t}$ понатаму ќе го условуваме со

коефициент дивиденда–цена. Произлегува дека имплицитната премија за ризик зависи од процената на три големини: дивидендниот принос, стапката на константен растеж на дивидендата и безризичната стапка на принос.

Секако, формулата 6 (како и (7)(8) изведени од неа) има голем број ограничувања кои се добро познати, како што наведува Damodaran (2010). За најголем број компании, претпоставката за константен раст на дивидендата ги проценува идните исплати, особено ако се примени стапка на долгорочен раст на заработките кои се проценети од страна на аналитичарите како мерка за стапката на раст на дивидендите. Но, сепак, Harris и Marston (2001) се потпираат на овој модел за да ја пресметаат премијата за ризик на акционерскиот капитал, при што проценетата големина покажува нагорна пристрасност. Повеќетазиот модел на дисконтирана дивиденда ги надминува овие ограничувања. Двата најпознати примери за тоа се двофазниот МДД, кој го предлага Damodaran (2010) и трифазниот, кој го употребува Cornell (1999). Двофазниот МДД е даден на следниов начин:

$$P_0 = \underbrace{\sum_{t=1}^5 \frac{E[D_t]}{(1+k)^t}}_{\text{Период на раст}} + \underbrace{\frac{E[D_5](1+g_i)}{(k-g_i)(1+k)^5}}_{\text{Стабилен растеж}} \quad (9)$$

Трифазниот модел на растеж на дивидендата е следниов:

$$P_0 = \underbrace{\sum_{t=1}^5 \frac{E[D_t]}{(1+k)^t}}_{\text{Период на раст}} + \underbrace{\sum_{t=6}^{20} \frac{E[D_t]}{(1+k)^t}}_{\text{Транзиционен период}} + \underbrace{\frac{E[D_{20}](1+g_i)}{(k-g_i)(1+k)^{20}}}_{\text{Стабилен растеж}} \quad (10)$$

И двете верзии на МДД претпоставуваат иницијална 5-годишна фаза на висок растеж на дивидендата. Кај трифазната формула, на овој период му следи транзициона фаза во која стапките на раст се намалуваат линеарно, кон понизок и стабилен растеж g_i , кој понатаму се одржува бесконечно. Кај равенката (9.9.) оваа фаза на стабилен растеж доаѓа веднаш по фазата на растеж.

Според Damodaran (2010), доколку МДД со стабилен растеж на дивидендата го прифатиме како основен модел за вреднување на акциите и ако претпоставиме дека стапката на очекуваниот растеж на дивидендите (g) треба да се изедначи со безризичната стапка на принос (R_f) на долг рок, тогаш дивидендниот принос станува мерка за имплицитната премија за

ризик. Имено, од соодносот (8), каде $\text{Im } ERP = \frac{E[D_1]}{P_0} + g - R_f$, доколку

ку $g = R_f$, тогаш:

$$\text{Im } ERP = \frac{E[D_1]}{P_0} \quad (11)$$

Оваа еднаквост (11) прв ја предложи Rozeff (1984) и емпириската поддршка за дивидендата како предвидувач на идните приноси е потврдена во многу студии подоцна, како, на пример, во онаа на Fama и French (1988). Може да се забележи дека ова едноставно равенство може лесно да биде срушено, доколку (а) компаниите не ја исплаќаат расположливата нето-добивка како дивиденда, било целосно или најголем дел ја задржуваат како готовина, или (б) доколку се очекува заработките да растат со огромен интензитет на краток рок.

Во иницијалната фаза, дивидендниот растеж вообичаено се претпоставува дека е еднаков на долгорочната општоприфатена стапка на раст на заработките g , која е добиена од аналитичарите на пазарот на акции. Некои истражувачи сметаат дека прогнозите на аналитичарите се добар сурогат за очекувањата на инвеститорите. Во фазата на стабилен растеж која следи по периодот 5 и 20 соодветно, стапката на раст на дивидендите вообичаено се изедначува со проценетиот долгорочен раст на БДП на економијата (Cornell, 1999), додека, пак, Damodaran (2012) го зема реалниот принос на безризичното средство. Така, овие равенки комбинираат разумна претпоставка на силен раст во првите години со реални стапки на раст на долг рок. Притоа, може да се забележи дека постојат две различни стапки на раст: стапката g се однесува на општоприфатената прогноза за долгорочната стапка на раст на заработките од страна на аналитичарите и g_r која се однесува на долгорочната стапка на номинален растеж на БДП во економијата или реалната стапка на принос на безризичното средство.

3. Процена на имплицитната премија за ризик на акционерскиот капитал во случајот на Република Македонија

Процесот на извлекувањето на премијата за ризик од тековните цени и очекуваните готовински текови е доста флексибилен. Може да се примени кај пазарите во подем за да овозможи процена на премиите за ризик. Во рамките на самиот пазар, овој пристап може да се примени за да се пресмета имплицитната премија за ризик на акционерскиот капитал за индивидуални сектори, па дури и за одредени класи на компании.

Најголемата предност на пристапот на имплицитната премија за ризик е тоа што тој е пазарно ориентиран и тековен, односно се базира на

тековните податоци и не бара историски податоци. На тој начин, овој пристап може да се примени за да се процени имплицитната премија за ризик на акционерскиот капитал кај секој пазар, без разлика колку е кратка и волатилна неговата историја. Всушност, ова последново е најголема слабост на пристапот на историската премија за ризик. Но сепак, најголемо ограничување на пристапот на имплицитната премија за ризик е во тоа дали моделот кој е употребен е вистинскиот, како и од расположливоста и веродостојноста на инпутите во моделот. Во пресметката на бараната стапка на принос на акционерскиот капитал (k) се базираме на двофазниот модел 9. Ги користиме следниве инпути:

- Вредноста на индексот МБИ10 на последниот ден на тргувањето, на 28.12.2012 година изнесуваше 1.731,18.
- Дивидендниот принос на индексот¹ за претходните 12 месеци изнесуваше 7,04%. Ова претставува просечен пондериран принос, каде како пондер е земена пазарната капитализација на компаниите кои го сочинуваат индексот. Притоа, извршена е одредена корекција на составот при пресметката. Имено, составот на МБИ10 е предмет на ревизија на секои шест месеци. Од неговото воведување во јануари 2005 година речиси постојано се менувал неговиот состав. Компаниии кои за целиот период се во составот се следниве шест компании: Комерцијална банка А.Д. Скопје, Гранит А.Д. Скопје, Алкалоид А.Д. Скопје, Стопанска Банка А.Д. Битола, Макпетрол А.Д. Скопје и Топлификација А.Д. Скопје. На 31.12.2012 год., покрај наведените шест компании, индексот го сочинуваа уште следниве четири компании: Макстил А.Д. Скопје, ТТК Банка А.Д. Скопје, ЗИК Пелагонија А.Д. Битола и Македонија Турист А.Д. Скопје. Но, од 1 јануари 2013 година на местото на ТТК Банка А.Д. Скопје е Фершпед А.Д. Скопје. Дивидендниот принос е исклучително варијабилен согласно со составот на компаниите кои се вклучени во индексот. Така, доколку го земеме составот на 31.12.2012 година пондерираниот просечен дивиденден принос изнесува само 1,97%. Но, со оглед дека намерата е да се пресмета имплицитната премија за ризик за 2013 година, тогаш логично е дека треба да го земеме Фершпед и во дивидендниот принос, наместо ТТК Банка. Така се добива просечен пондериран дивиденден принос од 7,04% кој го земаме како дивиденден принос на индексот. Врз негова основа се утврдува очекуваната дивиденда за 2013 година. Ова е валиден заклучок, а тука ќе се базираме и на претпоставката дека составот на индексот ќе остане ист до крајот на годината.

¹ На денот на пишувањето на овој труд поголемиот дел од компаниите кои го сочинуваат МБИ10 сè уште немаат исплатено дивиденда. Калкулацијата е направена врз основа на објавените одлуки за големината на дивидендата по акција предложена и/или усвоена на акционерските собранија.

- Очекуваната стапка на раст на дивидендата (g) на индексот за првите 5 години е проценета на 4,77%. Нејзината големина ја изведуваме од моделот 2, односно $g = (1 - \text{Payoutratio}) \cdot \text{ROE}$. Најпрво со овој модел е утврдена стапката на раст g_i за секоја одделна компанија, при што тука е земен Фершпед согласно со горниот заклучок. За секоја година, почнувајќи од 2005 год., па наваму, утврдуваме просечна стапка за секоја година врз основа на утврдените g_i за секоја одделна компанија. Со упросечување на просечниот износ од сите години, добиваме дека просечниот растеж на дивидендите за анализираниот 8-годишен период изнесувала 4,77% (најголемиот раст бил во 2007 год. од 6,52%, а најмалиот во 2009 год. од 3,31%).
- Безризичната стапка на принос е стапката на принос до достасување на десетгодишната германска државна обврзница која на крајот на декември 2012 година изнесуваше 1,30%.
- Очекуваната стапка на раст на дивидендите по петтата година (g_i) е просечната стапка на принос на германската десетгодишна државна обврзница од 3,15%. Имено, иако тековната безризична стапка е повеќе од трипати пониска од просечната, нашите очекувања се дека таа ќе се врати на нејзиното просечно ниво. Овој пристап на утврдување на g_i го предлага и го применува Damodaran (2012).

Очекуваниот готовински тек е следниов:

$$1.731,18 = \frac{127.69}{(1+k)} + \frac{133.78}{(1+k)^2} + \frac{140.16}{(1+k)^3} + \frac{146.85}{(1+k)^4} + \frac{153.85}{(1+k)^5} + \frac{153.85(1+0.0315)}{(k-0.0315)(1+k)^5}$$

Оттука, $k = 10,91\%$

$$\text{ImERP} = k - g = 10,92 - 1,30\% = 9,62\%$$

На почетокот од 2013 година би очекувале дека имплицитната премија за ризик на акционерскиот капитал во Република Македонија во оваа година најверојатно ќе изнесува **9,62%**.

Заклучок

Имплицитната премија за ризик на акционерскиот капитал со примена на Гордоновиот модел на дисконтирана дивиденда (двофазен), проценета во случајот на Република Македонија, изнесува +9,62%. Иако оваа големина изгледа доста привлечно за инвеститорите, сепак нејзината големина зависи од претпоставките кои се поставени и од нивната остварливост. Тука треба да се нагласи дека претпоставките за дивидендниот принос и за очекуваните стапки на раст на дивидендата на

краток и на долг рок се токму најминималните, најскромните, при што веројатноста за нивно остварување е доста висока.

Користена литература

- Chan, L., J. Karceski и J. Lakonishok (2001), "The Level and Persistence of Growth Rates", NBER Working Paper 8282.
- Claus, J., и Thomas, J. (2001). „Equity Premia as Low as Three Percent? Evidence from Analysts' Earnings Forecasts for Domestic and International Stock Markets“. The Journal of Finance, Vol. 56 (No. 5), pp. 1629-1666.
- Cornell, B. (1999), „The Equity Risk Premium: The Long-run Future of the Stock Market“, John Wiley и Sons, New York.
- Damodaran, A. (2010). „Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies“ (5th ed.). Hoboken, New Jersey: JohnWiley и Sons, Inc.
- Damodaran, A. (2012), „Equity Risk Premiums (ERP): Determinants, Estimation and Implications – The 2012 Edition“, Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2027211> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2027211>
- Daske, Holger, Günther Gebhardt и Stefan Klein (2004), „Estimating a firm's expected cost of equity capital using consensus forecasts“. Working Paper, <papers.ssrn.com>
- Donaldson, G. R., Kamstra, M.J. и Kramer A. L. (2006) „Estimating the Ex Ante Equity Premium“, Working Paper.
- Doukas, J.A., C.F. Kim и C. Pantzalis (2006), „Divergence of Opinion and Equity Returns“, Journal of Financial and Quantitative Analysis 41 (3), pp. 573-606.
- Easton, P. D., G. Taylor, P. Shroff и T. Sougiannis (2002) „Using forecasts of earnings to simultaneously estimate growth and the rate of return on equity investment“. Journal of Accounting Research 40 (3):657-676.
- Fama, E. F. и K. R. French (2002), „The Equity Risk Premium“, Journal of Finance 57 no. 2, pp. 637-659.
- Fama, E. F. и K. R. French (1992). „The cross-section of expected stock returns“, Journal of Finance, 47, 427-65.
- Faugere, C. и J. Van Erlach (2006), „The Equity Premium: Consistent with GDP Growth and Portfolio Insurance“, Financial Review, Vol. 41, No. 4, November.
- Gebhardt, William R., Lee, Charles M.C. и Swaminathan, Bhaskaran, (2001), Toward an Implied Cost of Capital. Journal of Accounting Research. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=254768>.
- Glassman, J. K. и K. A. Hassett (2000). „Dow 36.000: The new strategy for profiting from the coming rise in the stock market“, Three Rivers.
- Goedhart, M., T. Koller и D. Wessels (2002), „The Real Cost of Equity“, McKinsey и Company, N.5, Autumn, pp. 11-15.
- Gordon, M. (1962), „The Investment, Financing and Valuation of the Corporation“, Homewood, IL. Irwin.
- Guay, Wayne, S.P. Kothari и Susan Shu (2003), „Properties of implied cost of capital using.
- Harris, R. S. и F. C. Marston, (2001), „The market risk premium: Expectational estimates using analysts' forecasts“, Journal of Applied Finance 11, 6-16.
- Harris, R.S., F.C. Marston, D.R. Mishra и T.J. O'Brien (2003), „Ex Ante Cost of Equity Estimates of SиP 500 Firms: The Choice Between Global and Domestic CAPM“,

- Financial Management, Vol. 32, No. 3, Autumn Jagannathan, McGrattan и Scherbina (2000).
- Lee, Charles M. C., David Ng и Bhaskaran Swaminathan (2003), „International asset pricing: Evidence from the cross section of implied cost of capital“. Cornell University, Working Paper, <papers.ssrn.com>.
- O'Hanlon, J. и A. Steele (2000), „Estimating the Equity Risk Premium Using Accounting Fundamentals“, Journal of Business Finance и Accounting 27 (9и10), pp. 1051-1083.
- Pastor, L., Meenakshi Sinha и Bhaskaran Swaminathan (2005), „Estimating the intertemporal risk-return tradeoff using the implied cost of capital“. Cornell University, Working Paper.
- Ritter, J.R. (2002), „The Biggest Mistakes We Teach“, Journal of Financial Research, Vol. 25, pp. 159-168.
- Vivian, A. (2005), „The Equity Premium: 101 Years of Empirical Evidence from the UK“, University of Durham. Available at SSRN number 766184.
- Welch, I. (2000), „Views of Financial Economists on the Equity Premium and on Professional Controversies“, Journal of Business, Vol. 73, No. 4, pp. 501-537.

ESTIMATING THE EQUITY RISK PREMIUM USING THE GORDON DIVIDEND DISCOUNTING MODEL

Aleksandar Naumoski, Ph.D.

Abstract

The equity risk premium is the excess return over the risk free rate that should allow compensation for risk-averse investors for taking the risk of investing in stocks. Commonly applied approach to its assessment is based on historical realized returns. If one believes that the past will be repeated in the future, only then this approach is valid. The large number of researchers believes that more relevant are the implicit and the expected risk premium approaches, rather than the historical approach. This paper is focused to the implicit equity risk premium approach where the risk premium is estimated by applying some of the widely used models for valuing stocks. Namely, when investors valued asset, they implicitly tell what their required rate of return is. This figure reduced for the risk free rate indicates the ERP. In this paper we develop this intuition and want to prove that the current market price of the share, related to the expected cash flows will produce the estimate of the ERP. Here will be applied Gordon stable growth dividend model in the case of the Republic of Macedonia.

Keywords: *implicit equity risk premium, risk free rate, Gordon model.*

УДК:657:340.13(497.7:4-672ЕУ)

**АНАЛИЗА НА ОБЛАСТИТЕ
ЗА УНАПРЕДУВАЊЕ НА
СМЕТКОВОДСТВЕНИОТ
СИСТЕМ ВО РЕПУБЛИКА
МАКЕДОНИЈА СПОРЕД
НОВАТА СМЕТКОВОДСТВЕНА
ДИРЕКТИВА НА ЕУ 2013/34/ЕУ**

М-р Атанаско Атанасовски

Апстракт

Сметководството на деловните ентитети во Република Македонија е регулирано, согласно со Законот за трговски друштва и со Правилниците на Министерството за финансии кои ги содржат билансните шеми и преводот на МСФИ и МСФИ за мали и средни ентитети. Меѓутоа, како земја кандидат за членство во ЕУ, Република Македонија е должна да ги следи Директивите на ЕУ, поврзани со сметководството и да го прилагодува и хармонизира сметководствениот систем со европските правила. Во јуни 2013 година Европскиот парламент и Советот на ЕУ изгласаа нова сметководствена Директива 2013/34 која ги замени претходно применливите Четврта и Седма директива. Целта на овој труд е да ги анализира новините кои се воведуваат во ЕУ со оваа директива и да ги идентификува главните подрачја на неусогласеност на македонското сметководствено законодавство со барањата на директивата.

Клучни зборови: *нова сметководствена директива, меѓународни стандарди за финансиско известување, хармонизација, сметководствена регулатива.*

Вовед

Сметководствената практика и процесот на подготовка и објавување на финансиски извештаи во Република Македонија е предмет на законско регулирање. Највисоко регулаторно тело е Министерството за финансии кое ги изготвува, објавува и ги ажурира сите законски и

подзаконски акти значајни не само за сметководствената, туку и за ревизорската професија во државата. Покрај Министерството за финансии, соодветна регулаторна улога во финансиското известување имаат и Комисијата за хартии од вредност, Народната банка на Република Македонија и Агенцијата за супервизија на осигурувањето во подрачјата на нивна супервизија и регулација, односно финансиското известување на друштвата со посебни обврски за известување (ентитетите на официјалниот и на редовниот пазар на македонската берза), банките, штедилниците и осигурителните ентитети.

Основен законски акт кој ја воведува обврската за водење на сметководство, ја утврдува националната важечката рамка на финансиското известување и ги востановува правилата и роковите за подготовка и за објавување на финансиските извештаи за сите форми на деловни ентитети е Законот за трговски друштва (Сл. Весник 28/2004...166/2012). Согласно со барањата на овој Закон, во Република Македонија сите средни и големи трговци се должни да ги применуваат усвоените Меѓународни стандарди за финансиско известување (МСФИ) така како што се објавени во Службениот весник на Република Македонија. За цели на подготовка на консолидираните финансиски извештаи, според истиот Закон, трговските друштва се должни да ги користат МСФИ, но, притоа, не се подвлекува дека тоа треба да бидат објавените МСФИ во службеното гласило, што подразбира дека треба да се користат последните објавени МСФИ од страна на IASB. Сите останати трговци имаат обврска да го водат сметководството според Меѓународниот стандард за финансиско известување за мали и за средни ентитети.

Во Европската унија сметководството и финансиското известување до неодамна беше регулирано со помош на четири директиви и повеќе регулативи за прифаќање на одредени МСС и МСФИ. Основни сметководствени директиви се Четвртата и Седмата директива. Четвртата директива, донесена за првпат во далечната 1978 година, се однесува на содржината на годишните сметки и содржи правила за вреднување и за презентација на елементите на годишната сметката, додека Седмата директива, донесена за првпат во 1983 година, ги содржи правилата за изготвување на консолидираните годишни сметки. Европскиот парламент има донесено и две посебни Директиви за годишната сметка на банките и на осигурителните друштва коишто не се котирали на пазарите на капитал. Во 2002 година Европскиот парламент ја донесе регулативата 1606/2002, со која ги обврза котираните ентитети во рамките на Европската унија, почнувајќи од 1 јануари 2005 година, да ги користат МСС/МСФИ во составувањето на консолидираните сметки. Како што IASB ги ажурира и ги објавува новите МСФИ, така две консултативни тела на ниво на ЕУ (Сметководствениот регулаторен одбор (ARC) и (EFRAG) Европската советодавна група за финансиско известување) ја советуваат Европската комисија и Европскиот парламент за донесувањето на нова регулатива и

усвојувањето на конкретниот стандард. Резултат на овој консултативен процес во рамките на ЕУ се прифатени МСС/МСФИ речиси во целост за сите котирани ентитети во ЕУ (со привремен исклучок на правилата на МСС 39 за сметководството за хеџинг).

Министерството за финансии на Република Македонија, инспирирано од работата на Европската унија, во посебен Правилник (Сл. Весник бр. 52 и 174/11) ја пропишува содржината на годишната, односно на консолидираната годишна сметка. Меѓутоа, за разлика од Четвртата и Седмата директива, Правилникот на Министерството за финансии го содржи само форматот на годишната сметка што треба да го користат сите деловни ентитети (без разлика на големината) при сочинувањето и поднесувањето на годишната сметка. Правилникот не ги содржи правилата за вреднување на елементите на годишната сметка и правилата за обелоденување на информации пропишани во сметководствените директиви на ЕУ. Напротив, од деловните ентитети се очекува да ги применуваат правилата за вреднување на МСФИ и МСФИ за мали и средни ентитети.

На 26 јуни 2013 година Европскиот парламент и Советот на Европа ја усвоија новата сметководствена Директива 2013/34/ЕУ за годишните финансиски извештаи, консолидираните финансиски извештаи и за поврзаните извештаи на одредени ентитети, со која се дополнува Осмата директива, а се повлекуваат претходно применливите Четврта и Седма директива. Целта на овој труд е анализа на новините кои се воведуваат во Европската унија со новата сметководствена директива, но истовремено и да се анализираат областите за унапредување на тековниот сметководствен систем на Република Македонија, со цел да се постигне усогласеност со *acqui communautaire*.

1. Импликации на новата сметководствената директива 2013/34/ЕУ за сметководствената практика на ниво на Европската унија

Во октомври 2011 година, Европската комисија предложи текст на нова сметководствена директива (во продолжение “Директивата”), имајќи во предвид неколку основни цели за реформа на важечката сметководствена регулатива и тоа:

- Намалување на административниот товар и поедноставување на регулативата за малите стопански субјекти,
- Зголемување на разбирливоста и споредливоста на финансиските извештаи на оние деловните ентитети за кои овие карактеристики се особено важни поради поинтензивна деловна активност во меѓународни рамки и поголемиот број на надворешни заинтересирани страни,

- Заштита на потребите на корисниците преку зачувување на барањата за обезбедување на неопходни сметководствени информации,
- Зголемена транспарентност на плаќањата спрема властите од страна на стопанските субјекти во индустријата за рударство и шумарство (EU Commission, 2011).

Основната причина за изготвување на нова сметководствена директива е зацврстување на барањата за изготвување на финансиски извештаи од страна на деловните ентитети со ограничена одговорност и поставување на минимум барања за подобрување на компарабилноста на финансиските извештаи на приватниот сектор во рамките на Европската унија. Тоа треба да придонесе за подобро функционирање на единствениот европски пазар, подобар пристап до финансии и намалување на трошокот на капитал, зголемена меѓународна трговија и зголемена активност на спојувања и преземања на стопански субјекти.

Директивата го намалува административниот сметководствен товар за малите ентитети, со тоа што го ограничува обемот на обелоденувања кои се бараат во белешките на финансиските извештаи во врска со: а) сметководствените политики, б) гаранции, обврзувачки договори, неизвесни обврски и договори чии ефекти не се признаваат во билансот на состојбата, в) настани по датумот на билансот на состојбата чии ефекти не се признаени во билансот на состојбата, г) долгорочни обезбедени долгови, д) трансакции со поврзани субјекти. Се очекува белешките кон финансиските извештаи да содржат околу 13 различни информации, во зависност од тоа што е применливо во конкретниот случај, за разлика од претходната пракса на известување на 24 или повеќе различни информации (Европска комисија, 2013).

Друга новина преку која Директивата го намалува административниот товар за малите ентитети се однесува на хармонизацијата на дефинираните прагови за класификација на трговските друштва според нивната големина. Доследната имплементација на регулаторните барањата на Директивата ќе води кон тоа во сите европски земји да се користат истите прагови на големина на деловните ентитети, кои, како што се предложени, се повисоки од претходно важечките во различни земји. Табелата 1, дадена во продолжение, ги илустрира новоприфатените критериуми за класификација на деловните ентитети според нивната големина кои унифицирано и без намалување треба да се применуваат во сите земји членки на ЕУ.

Табела 1. Критериуми за класификација на деловните ентитети според нивната големина

	Микро ентитети	Мали ентитети	Средни ентитети	Големи ентитети
Вкупни средства	< €350,000	< €4,000,000	< €20,000,000	> €20,000,000
Нето приходи од продажба	< €700,000	< €8,000,000	< €40,000,000	> €40,000,000
Број на вработени	< 10	< 50	< 250	> 250

Треба да се подвлече фактот дека Европската комисија одлучи да не го воведува МСФИ за мали и за средни ентитети како задолжителен стандард кој би се применувал во рамките на Европската унија, поради оценката дека неговата примена не делува во насока на поедноставување на сметководствената практика и намалување на административниот товар за малите ентитети. Според проценките на Европската комисија, повеќе од 90% од деловните ентитети кои работат во Унијата се класификуваат како мали и се очекува да ги уживаат придобивките од намаленото оптоварување на применливата сметководствена регулатива.

Исто така, според видот на финансиски извештаи кои треба да се подготват од страна на деловните ентитети, Европската унија го намали обемот на известување од страна на малите деловни ентитети, со тоа што го ограничи известувањето на подготовката на биланс на состојба, биланс на успех и ограничени белешки. Дополнителни извештаи и информации земјите членки на Унијата може да воведат само за средните и за големите ентитети (член 4 од Директивата 2013/34/EУ, 2013).

Бројот на различни презентации на билансот на успех кои може да бидат пропишани од страна на земјите членки е намален од претходно 4 на само 2 различни презентации според природата и функцијата на трошоците. На тој начин, со ограничувањето на можностите за избор, во иднина се зголемува можноста за поголема споредливост на финансиските извештаи. Претходно, Четвртата директива во билансот на успех инсистираше на поделба на ставките на вообичаена и вонредна добивка/загуба. Оваа поделба не постои во предложените презентации на билансот на успех со новата сметководствена директива. На тој начин, се отстранува иманентната пристрасност за класификација на големи или на невообичаени износи на добивки или загуби, кои не се повторливи од период во период, во категоријата на вонредни добивки или загуби. Истовремено, презентацијата на билансот на успех на европските компании станува поспоредлива со презентацијата на секоја компанија надвор од Унијата која прифатила да ги подготвува финансиските извештаи според барањата на МСС 1 *Презентација на финансиски извештаи*.

Со цел да се зајакне отчетноста на властите и да се обезбеди подобро управување во јавниот сектор, Директивата воведува нови

правила за обелоденување на информации за плаќањата кон владата кои ги имаат големите ентитети и ентитетите од јавен интерес чија примарна дејност е рударство или шумарство. Овие ентитети треба да ги обелоденат посебно плаќањата кон секоја влада според земјата во која делуваат или според поединечен проект.

Во Директивата се воведува нова терминологија која се доближува до англосаксонската сметководствена терминологија. Во текстот на Директивата не се користи поимот “компанија” кој е заменет со “ентитет” или “потфат”, поимот “годишен извештај” е заменет со “извештај на менаџментот”, додека долго користениот сметководствен поим “годишна сметка” е заменет со поимот “финансиски извештај”.

Директивата го воведува општиот принцип на материјалност, воведувајќи ограничувања во примената на релевантните барања за мерење, презентација на финансиските извештаи и обелоденувања само за материјални износи и информации. Така, на пример, нематеријалните износи на претплати, пресметаните расходи или резервации не мора да се признаат како посебни позиции во извештаите.

Најголем дел од Директивата е посветен на содржината на финансиските извештаи и на правилата за вреднување и за презентирање на позициите во финансиските извештаи, меѓутоа во еден мал дел се покриваат прашањата за законската ревизија. Од обврската за задолжителна законска ревизија ќе бидат ослободени малите ентитети, додека останатите деловни ентитети, вклучувајќи ги и сите ентитети од јавен интерес без разлика на нивната големина, ќе бидат обврзани да обезбедат екстерна ревизија на финансиските извештаи.

Малите ентитети се ослободени и од обврската да изготвуваат консолидирани финансиски извештаи, освен доколку член на групата е ентитет од јавен интерес, поради ставовите на Европската комисија дека корисниците на финансиските извештаи на малите групации немаат софистицирани потреби од информации, но и поради фактот што изготвувањето на консолидирани извештаи се смета за комплицирана сметководствена активност која повлекува дополнителни трошоци. Земјите членки дополнително може да одлучат да ги ослободат и средните групации од обврската за изготвување на консолидирани финансиски извештаи.

Во однос на користените основи за мерење на различните елементи на средства и обврски, Директивата дозволува да се користи објективната вредност во вреднувањето не само на финансиските инструменти, туку и на други видови средства. Земјите членки истото може да го бараат и специфицираат кај сите деловни ентитети или само кај некои од нив, или, пак, само во изготвувањето на консолидирани финансиски извештаи. Ваквиот пристап се разликува од пристапот кој беше предвиден претходно во Четвртата и во Седмата Директива каде објективната вредност беше предвидена како опција за вреднување само на средства кои претставуваат

финансиски инструменти. Новиот пристап е поблизок до сметководствените политики прифатливи според барањата на МСФИ, каде според објективната вредност задолжително, или по избор, се вреднуваат и други видови средства, како на пример: биолошки средства, инвестициони недвижности, недвижности, постројки, опрема итн.

2. Законската регулатива за сметководството на приватни ентитети во Република Македонија наспроти барањата на ЕУ

Како што беше елаборирано претходно, кај нас големите и средни трговски друштва во подготовката на финансиските извештаи и на годишните сметки ги користат МСФИ додека сите останати ентитети (мали и микро ентитети) ги користат МСФИ за мали и средни ентитети. Ваквиот делокруг на примена несомнено претставува регулаторно оптоварување за македонските трговски друштва. Одборот за меѓународни сметководствени стандарди (IASB) во делокругот на примена на МСФИ за мали и за средни ентитети, ги вклучува сите ентитети коишто публикуваат финансиски извештаи за општа намена и коишто немаат јавна отчетност (*accountability*). Ентитетите што имаат јавен отчет би требало да ги применуваат целосните МСФИ. Според IASB јавната отчетност подразбира деловниот ентитет да:

- има издадено или да е во процес на издавање на должнички или на сопственички инструменти кои се јавно тргувани на пазарот на капитал, или
- чува и управува со имот за сметка на поширока група на надворешни интересенти како своја доминантна деловна активност. (IASC Foundation, 2009)

Од друга страна, Министерството за финансии, обврската за користење на МСФИ за мали и за средни ентитети ја наметнува за сите мали и микро ентитети, независно од правилото за јавен отчет во преведениот и објавен МСФИ за мали и за средни ентитети. Ваквото регулаторно оптоварување е спротивно и на пристапот на Европската комисија и сметководственото регулирање во рамките на Европската унија, каде што примената на МСФИ е задолжителна само за котираните ентитети.

Како непотребно дуплирање на активностите на известување, средните и големи трговци се должни да подготват и да поднесат до Централниот регистар не само годишна сметка (биланс на состојба, биланс на успех и белешки), туку и финансиски извештаи (целосниот сет дефиниран според МСС 1). Од друга страна, малите и микро ентитетите поднесуваат годишна сметка во истиот формат како и средните и големи трговци со примена на правилата за вреднување на МСФИ за мали и за средни ентитети (не постои обврска за подготовка на финансиски

извештаи). Со измените на Правилникот за формата и за содржината на годишната сметка во 2011 година (Сл. Весник бр. 52 и 174/2011) малите и микро ентитетите ја немаат можноста да подготвуваат годишна сметка на посебен скратен формат. Ваквата можност беше предвидена и претходно со Четвртата директива, но ќе постои и во иднина со примената на Новата сметководствена директива. Оваа можност обезбедува регулаторно олеснување и намалување на трошоците за усогласеност со непотребни регулативи за малите ентитети кои се сметаат за мотор на економски раст.

Како концепциска неусогласеност на македонското законодавство со духот на Директивата може да се нотира и одговорноста на нововведените сметководители или овластени сметководители. Согласно со Законот за вршење сметководствени работи од јули 2012 година, сметководителите и овластените сметководители се одговорни за точноста и за адекватноста на подготвените финансиски извештаи, кои, согласно со член 20, се должни да ги потпишат (Сл. Весник 95, 2012). Истата обврска финансиските извештаи да бидат потпишани најпрво од страна на сметководителот, а потоа од страна на законскиот застапник на друштвото е повторно нагласена со измените на Законот за трговски друштва од декември 2012 година (член 476 (7), ЗТД Сл. Весник 166, стр.59). Сосем спротивно, Новата сметководствена директива (а истото важеше и претходно со Четвртата и со Седмата директива) бара земјите членки на Унијата преку националното законодавство да обезбедат дека членовите на административните, раководни и надзорни тела на деловните ентитети се колективно одговорни за подготовката на финансиските извештаи и за нивното објавување, согласно со барањата на Директивата или МСФИ како што се прифатени со Регулативата 1606/2002. Не само поради барањата на Директивата, одговорноста за подготовка и за објавување на финансиските извештаи со посебни законски одредби не треба да се пренесува на сметководителите поради базичниот концепт на отчетност. Финансиските извештаи се форма на отчет која раководните органи на друштвото ја користат за да ги информираат пред сè сопствениците за тоа како ги диспонираше ресурсите кои им биле доделени.

Анализирано на ниво на поединечни сметководствени правила и политики кои се следат, форматот на билансните шеми што треба да ги користат македонските трговски друштва не е усогласен со форматот на финансиските извештаи пропишан со Новата сметководствена директива. Многу од решенијата во македонскиот формат се поблиску до барањата на МСФИ, отколку до решенијата што Европската комисија ги предвидела во Директивата. Во табелата 2 се дадени најзначајните разлики во сметководствениот третман на елементите и форматот на презентирање на финансиските извештаи согласно со Правилникот на Министерство за финансии и со барањата на Директивата.

Табела 2. Најзначајни разлики во содржината и во форматот на финансиските извештаи: македонската регулатива, наспроти Директивата 2013/34 на ЕУ

Сметководствено правило или елемент на финансиските извештаи	Македонска регулатива (ЗТД и Правилници на Министерството за финансии)	Директива 2013/34 на ЕУ
Формат на биланс на состојба	Единствен формат	Два различни формати: хоризонтален пристап и вертикален пристап (принцип на нето- средства)
Класификација на фиксните средства	Материјални, нематеријални средства, вложувања во недвижност, финансиски средства, долгорочни побарувања, одложени даночни средства.	Материјални, нематеријални и финансиски средства.
Трошоци за основање	Согласно МСФИ и МСФИ за мали и за средни ентитети не се признаваат и прикажуваат како посебно средство	Посебна категорија на средство прикажана во финансиските извештаи одделно од фиксните и тековни средства
Нетековни средства кои се чуваат за продажба, дисконтирани операции	Се прикажуваат како посебно средство, согласно практиката која ја бара МСФИ 5.	Не се презентираат како посебно средство. Се амортизира за пропишан максимален период од страна на секоја земја членка помеѓу 5 и 10 години.
Гудвил	Се тестира секоја година за евентуално обезвреднување.	Во посебен извештај се обелоденуваат според земји и проекти од страна на големи ентитети и ентитети од јавен интерес
Плаќања спрема влади од деловни ентитети кои работат во шумарството и во рударството	Не се бараат посебни обелоденувања	Не се бара нивна презентација како посебна позиција ниту се обработени адекватно во Директивата
Одложени даноци	Се презентираат како посебна позиција на средство или обврска во билансот на состојбата	Не се бара нивна презентација како посебна позиција ниту се обработени адекватно во Директивата
Формат на биланс на успех	Еден формат на биланс на успех и посебен извештај за останатата сеопфатна добивка, согласно со поделбата прифатена во МСС 1	Два различни формати со презентација на трошоците според природата и функцијата
Поделба признаени/непризнаени добивки	Непризнаените добивки, утврдени според правилата на МСФИ, се презентирани во извештајот за останатата сеопфатна добивка	Не се издвојува категоријата на непризнаени добивки, се признаваат само трансакции со реализирани добивки.

Заклучок

Кратката анализа на главните неусогласености на македонската законска регулатива за сметководство со барањата на Новата сметководствена директива на ЕУ говори дека во законодавството треба да

се прават сериозни прилагодувања и измени за да се хармонизира домашното законодавство со тоа на Унијата. Пред сè, законодавецот мора да води сметка за регулаторното оптоварување на деловните ентитети кои треба да ги следат сметководствените правила. Но легитимно е прашањето, дали новата сметководствена директива може да ја испорача хармонизацијата на сметководствената практика во рамките на Европската унија? Авторите Blake и Amat (1994), анализирајќи ги ефектите од развојот и имплементацијата на Четвртата и на Седмата директива, констатираат дека неуспехот за целосна хармонизација на сметководството во рамките на Европската унија се случува на четири нивоа:

- На ниво на Унијата, институциите не успеваат во рамките на директивите да обезбедат доволно широка и сеопфатна регулатива која ќе ја обезбеди сметководствената хармонизација. Подрачја во сметководството кои креираат големи контраверзи се изоставени и не се опфатени со соодветни одредби. На пример, директивите не обезбедуваат насоки во врска со преводот на странски валути, одложени даноци или сметководство за лизинг. Во други подрачја, изборот на сметководствени политики кој е оставен на земјите членки е доста широк и не придонесува за хармонизација. На пример, повеќе различни билансни шеми за презентација на извештаите од кои земјите членки може да изберат и пропишат само една или сите со обезбеден слободен избор за деловните ентитети.
- На ниво на поединечни земји членки, некои земји различно ги толкуваат барањата на директивите, најчесто во согласност со националната сметководствена традиција. На пример, германскиот закон кој ја имплементира Четвртата директива го коментира концептот на “вистинито и објективно”, кој подразбира отстапување од барањата на директивата ако крајната цел е вистинито и објективно прикажување на ефектите од економските настани, како претенциозна формулација која во пракса не би требало да резултира со измени или со отстапувања.
- Националните професии, барањата на директивите имплементирани преку националното законодавство во одредени случаи ги толкуваа спротивно на духот на директивите, а во согласност со сметководствената традиција. На пример, во Велика Британија сметководствениот стандард SSAP 19 во врска со сметководствениот третман на инвестиционите недвижности предвидуваше нивна ревалоризација, додека директивите бараат задолжителна амортизација на средства кои имаат одреден корисен век.
- Во многу земји членки на Унијата, постои неусогласеност на ниво на поединечни фирми кои не ги почитуваат правилата во духот на барањата на самите директиви.

Анализата на новините, воведени со Директивата 2013/34, повторно говори за фактот дека ниту факторите кои дејствуваат контра хармонизацијата на првото ниво не се анулирани. Прашањата за одложените даноци, сметководството за лизинг и сл., повторно не се соодветно покриени, а изборот во форматот на презентација на финансиските извештаи повторно е широк и не дејствува во насока на поголема споредливост на извештаите на ниво на Унијата.

Користена литература

- Министерство за економија. 2012. Закон за трговски друштва (пречистен текст). Сл. Весник 28/2004...166/2012. Пристапено <http://www.economy.gov.mk/regulativa/zakoni/3541.html>
- Blake J. and Amat O. 1994. European Accounting. Pitman.London.
- European Commission. 2013. Memo 13/540 “Financial reporting obligations for limited liability companies (Accounting directive)”. Пристапено http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-540_en.htm
- Министерство за финансии. 2012. Закон за вршење на сметководствени работи. Сл. Весник 95/2012. Пристапено http://finance.gov.mk/files/u11/zakon_smetkovodstveni_raboti.pdf
- European Parliament and Council Directive 2013/34/EU of 26 June 2013 on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain type of undertakings, amending Directive 2006/43/EU of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directives 78/660/EEC and 83/349/EEC [2013] OJ L182/19. Пристапено <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:182:0019:0076:EN:PDF>
- Министерство за финансии. 2011. Правилник за водење на сметководство. Сл. Весник 159/09...107/11. Пристапено http://finance.gov.mk/files/u11/pravilnik__za_vodenje__smetkovodstvo.pdf
- Министерство за финансии. 2011. Правилник за формата и содржината на годишната сметка. Сл. Весник 52/11...174/11. Пристапено http://finance.gov.mk/files/u11/pravilnik_godisna_smetka.pdf
- IASB. 2009. International Financial Reporting Standard for SME’s. International Accounting Standards Committee Foundation. London. Пристапено <http://eifrs.iasb.org/eifrs/sme/en/IFRSforSMEs2009.pdf>

ANALYSIS OF AREAS FOR OF MACEDONIAN ACCOUNTING SYSTEM TO THE NEW ACCOUNTING DIRECTIVE 2013/34/EU

Atanasko Atanasovski M.Sc.

Abstract

Accounting with business entities in Republic of Macedonia is legally introduced through Company Law and Rulebooks of Ministry of Finance incorporating annual accounts layout and translation of IFRS and IFRS for SME's. However, as EU candidate country Republic of Macedonia is required to follow accounting related EU directive, adjust and harmonize its accounting system to European rules. In June 2013 the European Parliament and Council introduced New Accounting Directive 2013/34/EU revoking formerly applied Fourth and Seventh Directive. The objective of this paper is to analyse the updates introduced in EU with the New Directive and to identify major areas of incompliance related to Macedonia accounting legislation as opposed to Directive requirements.

Key words: *new accounting directive, international financial reporting standards, harmonization, accounting legislation*

УДК:336.02(497.7):338.124.4
(100)

**ОДГОВОР НА ФИСКАЛНАТА
ПОЛИТИКА НА
ГЛОБАЛНАТА ЕКОНОМСКА
КРИЗА ВО Р. МАКЕДОНИЈА**

Д-р Борче Треновски

Апстракт

Фискалната политика, во услови на глобалната економска криза, ги доби своите „пет минути“ што ги чекаше во последните три-четири децении и покажа дека сè уште е значајна сила за стабизирање, а посебно поттикнување/здравување на економиите на глобално ниво. Македонија не беше исклучок од глобалните трендови во оваа насока – иако поддржката од фискалната политика (даночните реформи, намалувањето на придонесите и воведувањето рамен данок) за економијата започна уште во преткризниот период. Значајна основа која овозможи понатамошно активно вклучување на фискалната политика во справувањето со глобалната криза претставуваше релативно добрата фискална позиција на домашната економија во преткризниот период – ниските дефицити и нискиот јавен долг (кој значајно беше намален во периодот пред кризата). Почетокот на кризата беше причина за засилена фискална активност во домашната економија што понатаму го анализираме преку менувањето на фискалните позиции (дефицитите, јавните расходи и нивната структура итн.), како и антикризните пакети кои беа директно насочени кон намалување на ефектите од глобалната економска криза врз домашната економија.

Клучни зборови: *фискална политика, глобална економска криза, буџетска позиција, фискални мерки, Р. Македонија.*

Вовед

Што ги направи земјите во развој/транзиција толку ранливи на глобалната финансиска и економска криза?¹. Генерално, ефектите и

¹ Голем дел од земјите во транзиција веќе го завршија процесот на транзиција во пазарни економии или веќе имаат направено значаен напредок во овој процес (дел од нив веќе се интегрирани во светската економија, посебно Европа). Види детални податоци за напре-

главниот удар од глобалната економска криза за транзиционите економии беа во иста насока со ефектите што таа ги имаше и за земјите во развој и помалку развиените економии²: ненадејно запирање на капиталните приливи/текови како резултат на глобалниот глад за капитал и аверзијата кон ризик и колапсот на извозната побарувачка како резултат на глобалната рецесија. Главните последици и канали на трансмисија се разликуваат од земја до земја, меѓутоа доминантно посочуваните во услови на денешната глобална криза се следниве (види пошироко Nuti, 2009; Connolly, 2009): нарушувањата во билансот со странство (надворешните дебаланси); нарушувања во условите на размената (terms of trade); намалување на приливите на СДИ и портфолио-инвестиции; значајно повлекување на финансиски средства од странските банки; намалување на странската ефективна побарувачка; хипотекарни меури на домашните пазари. Што се однесува до одговорот од фискалната политика - големината на фискалната експанзија помеѓу земјите во развој, главно, зависеше од расположливиот фискален простор во периодот кога почна глобалната криза; анализата на примерокот на земјите покажува дека големината на фискалното олеснување во земјите во развој во 2009 г. (кога кризата удрила најжесток) зависи доминантно од примарните биланси и од нивоата на јавен долг во земјите пред кризата, иако постојат и докази дека во некои земји постои негова зависност од падот на економската активност (сепак постојат разлики помеѓу земјите); фискалниот одговор на глобалната економска криза во овие земји беше поголем и позначаен, во споредба со предвидувањата што биле направени за него.

Во оваа насока, имајќи ја предвид комплексноста на оваа проблематика (која може да биде предмет на бројни истражувања од посебни аспекти – структура, обем, ефикасност итн.), во нашиот труд ќе се обидеме во една сублимирана форма да го претставиме одговорот на фискалната политика на глобалните случувања во Р. Македонија, промената на фискалните позиции кои се резултат на активната фискална политика и конкретните мерки кои ги донесе Владата, со цел да се ублажат ефектите од глобалната криза и да се стимулира домашната економска активност.

1. Методологија

Прибирањето, систематизирањето и анализирањето на расположливите податоци, како и толкувањето на добиените информации од емпириските истражувања, се врши со примена на логичен, конзистентен и научно базиран пристап. Резултатите од истражувањата се искажани на

докот и за интеграцијата на земјите во транзиција: <http://www.ebrd.com/pages/research/economics/data/macro.shtml#macro>

² Види поопширно последици, одговор на економските политики кај Akyüz (2009).

јасен и разбирлив начин и во релативна согласност со претходно утврдените знаења. Самата тема и содржина упатува на потребата од комбинација на истражувачки методи за да се испитаат различните аспекти на фискалниот одговор на кризата. При изработката на трудот најголем акцент ќе биде ставен врз вообичаените научноистражувачки методи: *Методот на компаративна анализа* ќе биде применет во оној дел во кој се врши компарација и се анализираат одговорите на фискалната политика на ефектите предизвикани од глобалната криза во Р.М. и во земјите од регионот. *Методите на индукција и дедукција* ги применуваме за донесување заклучоци за клучните фактори од кои ќе зависи ефикасноста на фискалната политика во справувањето со современата криза. Со помош на *методите на анализа и синтеза* се истражува, обединува и се систематизира расположливото знаење/податоци за најчесто користените мерки на економската политика за надминување на кризата, креирањето оптимален пакет мерки за справување со кризата итн. Со цел да се обработат и да се синтетизираат емпириските податоци за ефектите од современата економска криза и одговорот од фискалната политика, ќе бидат применети и некои едноставни, често користени статистички методи на истражување.

2. Фискалната позиција и одговорот на фискалната политика на предизвиците од глобалната криза

Добрата фискална позиција што ја имаше Македонија во почетната фаза од кризата придонесе фискалниот простор за дејствување на фискалната политика да биде покомотен и ефектите за ублажување на кризата да бидат позначајни (аналогно на истражувањата што беа правени во земјите во развој и земјите во транзиција, каде што јасно се укажува дека падот на економската активност бил помал во земјите кои имале поекспанзивна фискална политика). Доколку ги погледнеме буџетските дефицити што ги водеше Р. Македонија во периодот пред кризата, ќе видиме дека се доста ниски, почнувајќи од 2003 г. до 2007/2008 г. (види графикон бр. 1 и 2), а споредбата со земјите од регионот, исто така, укажува дека Р. Македонија водела претпазлива фискална политика во периодот пред кризата (во 2007 г. суфицит од 0,59% од БДП, додека во 2008 г. дефицит од само 0,92% - види графикон бр.1 и 2). Јавниот долг претставува уште една битна фискална компонента која го дизајнира фискалниот одговор во услови на криза. Р. Македонија во 2008 г. го намали нивото на јавен долг на само 20,6% од БДП, споредено со 2005 г. кога тој изнесуваше 39,5% од БДП (види графикон бр. 4), со што не само во преткризниот период, туку и до денес остана со најниско задолжување споредено со земјите од регионот и пошироко, со еврозоната (види графикон бр. 5). За намалување на јавниот долг и проширување на

фискалниот простор, посебно се значајни одлуките на фискалната власт за задолжување на глобалните пазари на капитал под поповолни услови (пред да се влошат условите) односно издавањето на првата македонска еврообврзница во 2005 г. - на 2.12.2005 г. на Лондонската берза беа емитувани првите македонски еврообврзници во износ од 150 милиони евра со рок на достасување од десет години и купонска каматна стапка од 4,625%³ (Министерство за финансии на Р.М, 2005; НБРМ, 2005). Средствата од еврообврзницата беа искористени за значајна отплата на главницата на екстерниот долг – во првата половина од 2006 г. е извршен откуп на долгот кон Лондонскиот клуб на кредитори, редовно беше сервисиран долгот кон Парискиот клуб на кредитори и редовно беше сервисирано домашното задолжување, што во услови на умерено домашно и странско задолжување влијаеше за значајно намалување на вкупниот јавен долг⁴.

Покрај издадената еврообврзница во периодот пред кризата, реализирана под поволни услови на пазарите на капитал, во услови кога глобалната криза силно ги манифестираше своите ефекти и беа реализирани помалку јавни приходи од очекуваното (2009 г.), беше издадена нова еврообврзница, износ од 175 милиони евра, но сега под многу понеповолни услови - нејзината каматна стапка беше скоро два пати поголема од онаа во 2005 г. и изнесуваше 9,875% на годишно ниво (види детално Министерство за финансии на Р.М, 2009). Потребата за финансиски средства во тој период силно го раздвижи и примарниот пазар на државни хартии од вредност (посебно со пократки рокови, поради присутната макроекономска неизвесност; во јуни 2009 г. беше воведен и нов инструмент државни записи со девизна клаузула), што придонесе за значајно зголемување на нивната каматна стапка. Каматната стапка на тримесечните државни записи во јуни 2009 г. достигна ниво од 9,35%, по што во ноември веќе беше намалена на 4,5% (види графикон бр. 7).

Друга важна поткрепа за македонската фискална политика претставува новиот аранжман за финансиска поддршка, склучен со ММФ во јануари 2011 г. во форма на новиот инструмент на ММФ – Кредитна линија на претпазливост (КЛП). Оваа кредитна линија ММФ ја воведо во август 2010 г., со цел да се зголеми неговата способност за превенирање кризи и ограничување на ефектите од системските ризици врз економиите. Оваа алатка на ММФ е наменета, главно, за земји со стабилни макроекономски политики, кои поради структурата на нивните економии, сепак, се соочуваат со извесни ризици и ранливост на определени

³ Поволна каматна стапка, споредено со обврзниците што веќе ги имаа издадено земјите од регионот – Хрватска, Бугарија и Романија.

⁴ Треба да се напомене дека во тој период 2006 год. буџетскиот дефицит, главно, беше финансиран од приходите од приватизацијата (приватизација на ЕСМ – Дистрибуција за 13.899 мил. ден.), како и од продажба на пакети на државни акции во АД Македонски телекомуникации, ЈЗУ “Градска аптека” и во неколку домашни банки.

случувања⁵. Р. Македонија беше прва земја на која ù беше одобрено КЛП во износ од 413,4 мил. СПВ или околу 475,6 мил. евра, што претставува 600% од квотата на Р. Македонија во ММФ. На повлечениот износ до 300% се плаќа каматна стапка во висина на трошоците кои ги утврдува ММФ, додека на тој износ, утврдените трошоци од ММФ се зголемуваат за 2 п.п.(види НБРМ, 2005). Р. Македонија со овој аранжман се обврза да води здрави макроекономски политики кои ќе бидат следени од ММФ преку фискалните дефицити и нивото на девизни резерви. Во февруари 2011 г. беше донесен и Закон за задолжување на Р. Македонија кај ММФ со КЛП (види „Службен весник на РМ“ бр.17/2011).

Посебно важно е да се напомене активноста на фискалната политика во државата непосредно пред кризата (почнувајќи од 2007 г.) насочена кон создавање услови за повисок економски раст преку поттикнување на агрегатната понуда и побарувачка. Уште во 2006 г. започнаа реформите за поттикнување на агрегатната понуда и создавање транспарентен и ефикасен даночен систем, по што во 2007 г. беа донесени главните законски реформи со кои се вовеле рамен данок – кај персоналниот данок на доход постојните стапки од 15%, 18% и 24% се заменија со единствена стапка од 12% (започнувајќи од 2008 г. таа изнесува 10%); даночната стапка кај данокот на добивка од 15% се намали на 12% во 2007 г. (започнувајќи од 2008 г. таа изнесува 10%), се вовеле даночно ослободување во висина на износот на реинвестираната добивка; кај ДДВ истата година беа извршени измени со кои се вовеле повластена даночна стапка од 5% за лекови, софтвер и компјутери, компоненти за јавен превоз и за термални и сончеви системи, беа зголемени платите на администрацијата. Со цел да се намали товарот врз стопанството од преголемите давачки кон државата и компаниите да остварат поголеми профити, со што ќе се создадат услови за поголеми инвестиции, отворање нови работни места, намалување на сивата економија, Владата во јули 2008 г. донесе мерка со која социјалните придонеси за периодот 2009 – 2011 се намалија за 10%, односно од 32% на 22%⁶. Овие реформи и мерки, спроведени во преткризниот период, беа значајна поткрепа и за фискалната позиција и за фискалната политика која следеше во услови на криза.

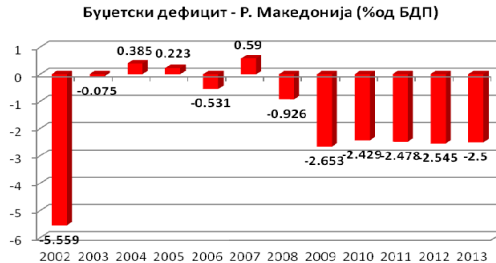
Прва реакција/одговор на глобалната економска криза претставува промената на трендот на ниските буџетски дефицити (трендот на фискалната политика) кои беа одржувани во периодот пред кризата и нивното зголемување – од 0,9% во 2008 г. на 2,5% во 2009 г., ниво кое приближно се одржува до денес (види графикон бр. 1). За да се утврди дали фискалната политика била про/контрациклична, потребно е да се направи разлика помеѓу дискреционата компонента на фискалната политика и автоматските стабилизатори. Затоа и буџетското салдо е поделено на циклично прилагодено буџетско салдо (структурен дел) и

⁵ Види поопширно ММФ: <http://www.imf.org/external/np/exr/facts/pll.htm>

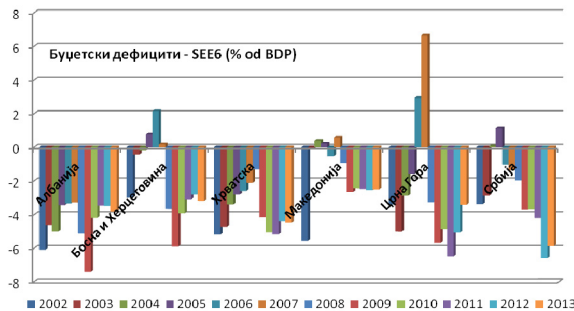
⁶ Види поопширно: <http://www.vicpremier.gov.mk/?q=node/248>.

цикличен дел кој автоматски реагира на циклусот (автоматски стабилизатори).

Графикон бр. 1



Графикон бр. 2



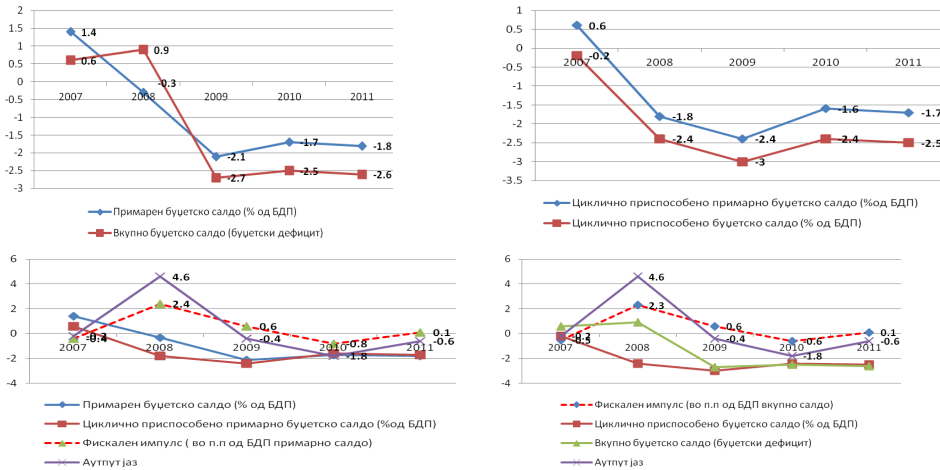
Извор: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, October 2012(проценки по 2011 год.)

Во Р. Македонија анализата на циклично прилагоденото буџетско салдо и фазата во која се наоѓа домашната економија покажува дека во периодот пред кризата во услови на сè уште позитивен производствен јаз, фискалниот импулс⁷ е значаен и процикличен (како што спомнавме, експанзивниот фискален одговор во Македонија уште пред кризата започна значајно да влијае на економската активност), додека во следната, 2009 г., во екот на кризата била водена контрациклична фискална политика, со цел да се стабилизира економскиот циклус и да се намалат ефектите од кризата (види графикони бр. 3). Отежнатите услови за финансирање, негативното влијание на автоматските стабилизатори (ова се гледа од движењето/зголемувањето на буџетските салда во услови кога фискалниот импулс се намалува) придонесоа следната, 2010 г., за зајакнување на фискалната позиција/намалување на нејзината контрацикличност, што одеше паралелно со постепеното затворање на негативниот производствен

⁷ Разликата помеѓу структурните буџетски салда изразена како % од БДП во две последователни години го претставува фискалниот импулс/стимул.

јаз (во годините кои следеа продолжува благата фискална поддршка на економијата, иако имаме скромно затворање на негативниот произведен јаз).

Графикон бр. 3



Извор: НБРМ⁸

Кога сме кај јавниот долг и задолжувањето (посебно надворешното), треба да спомнеме дека во Р. Македонија тој е далеку помал, споредено со земјите од регионот и пошироко (види графикони бр. 4 и 5). Во регионот, најниско ниво на јавен долг, според ММФ, во 2012 има Р. Македонија (29,7% од БДП), единствено Босна и Херцеговина има ниво на јавен долг под 50% (односно 43,7% од БДП), развиените земји во 2012 г. бележеле ниво на јавен долг од 110% од БДП, еврозоната истата година имала јавен долг од 93% од БДП, додека просекот на земјите од Централна и Источна Европа изнесува 45% од БДП. Намалените јавни приходи, потребата од фискална поддршка на економијата (види графикон бр. 10) придонесуваа за зголемување на буџетските дефицити, односно индиректно влијаеја на зголемувањето на јавниот долг, посебно на надворешното задолжување.

⁸ ММФ, исто така, врши пресметка на овие индикатори, кои поради различната методологија, во извесен дел се разликуваат од истите пресметани од НБРМ. Достапни во IMF Country Report No. 10/19: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/2010/cr1019.pdf> и IMF Country Report No. 12/133, June 2012: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/2012/cr12133.pdf>

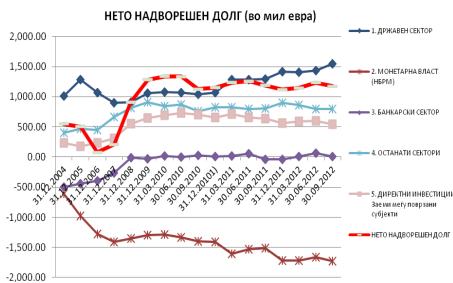
Графикон бр. 4



Извор: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, October 2012

Надворешниот долг на Р. Македонија бележи значајно зголемување, почнувајќи од 2007/2008, што, главно, се должи на трендот на зголемување на задолжувањето на државниот сектор, додека во останатите сектори, по иницијалното зголемување на долгот кон странство во периодот 2006-2009 г., во периодот што следува – стагнира (види графикон бр.6). Оттука, во последните години, во услови на глобална криза, задолжувањето на државата во странство стана значаен извор на средства за покривање на јавните расходи, споредено со домашното задолжување (види графикони бр. 8 и 9).

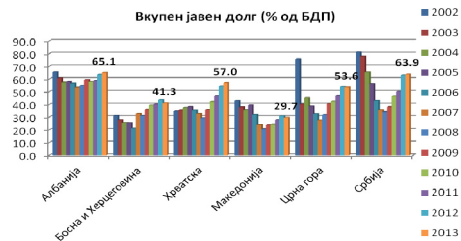
Графикон бр.6



Извор НБРМ

Ова може наједноставно да се прикаже со учествата на задолжувањето во странство и домашното задолжување како процент од вкупните јавни приходи во буџетот – задолжувањето во странство е скоро десеткратно зголемено, од 1,1% во 2004 г. на 10,2% во 2013 г. или во апсолутен износ од 2.067.910.666 ден. во 2004 г. на 18.519.688.000 ден. во 2013 г. (интересен податок е доколку се погледне задолжувањето во странство по глава на жител кое од 1.034 ден. во 2004 г. е зголемено на 9.259 ден. во 2013 г.); задолжувањето на домашниот пазар е скромно и се движи од 1 до 2% од вкупните приходи во буџетот, со исклучок на периодот 2009-2010 г. кога функционирањето на меѓународните пазари на капитал беше нарушено (цената на тој капитал е исклучително висока) што

Графикон бр. 5



Графикон бр.7



ја натера државата да се сврти кон задолжување на домашниот пазар во износ од 6.095.789.104 ден. во 2009 г. (3,4% од вкупните приходи во 2009 г. и 3,7% од вкупните приходи во 2010 г.).

Графикон бр. 8



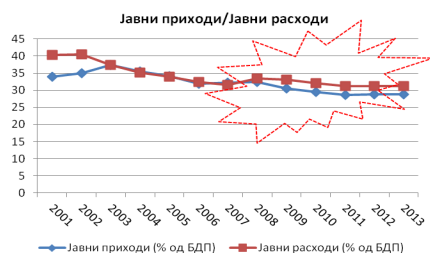
Графикон бр. 9



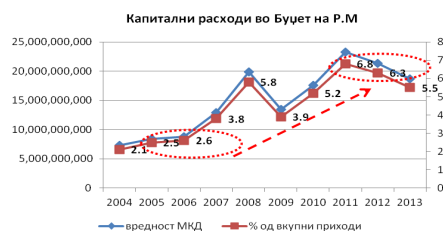
Извор: ЦЕА портал за Буџет на Р.М.: <http://www.mkbudget.com.mk/prihodi/list> (извор: Буџети на РМ)

Македонија го следеше примерот на голем број економии во светот дека кризата претставува можност преку зголемување на јавните расходи за капитални инвестиции да го зголеми потенцијалот на економичката за раст во иднина и на тој начин да излеземе посилни од кризата. Оттука, доколку го погледнеме учеството на капиталните расходи во вкупните расходи во буџетот, ќе видиме дека оваа развојна компонента значајно го зголемила своето учество – односно од 2,6% учество во вкупните расходи во 2006 г. овој износ пораснал на 6,3% во 2012 г.⁹ (види графикон бр. 11). Ова ја покажува определбата за фискална поддршка на инвестициониот циклус (особено преку стимулирање на секторот градежништво), зголемување на економската активност и на вработеноста.

Графикон бр. 10



Графикон бр. 11



International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, October 2012 (проценки по 2011 г.)

Извор: ЦЕА портал за Буџет на Р.М.: <http://www.mkbudget.com.mk/prihodi/list> (извор: Буџети на РМ)

⁹ Тука детално нема да навлегуваме во потенцијалот за иден развој создаден со зголемувањето на капиталните расходи – еден пример е проектот „Скопје 2014“ за реконструкција на ликот на централното градско подрачје кој крена многу прашина, а чиешто финансирање има влијание на висината на капиталните расходи.

4. Антикризни пакети/мерки за справување со глобалната криза

Главниот одговор на фискалната политика во Р. Македонија по примерот на дискреционите пакети во САД (ARRA), ЕУ (EERP) и другите земји ширум светот беше донесувањето и имплементирањето на пет пакети на антикризни мерки кои требаше да ѝ помогнат на македонската економија да се справи со кризата. Во продолжение ќе биде елаборирана структурата на секој од антикризните пакети, со цел да видиме каде бил фокусиран фискалниот одговор во услови на глобалната криза¹⁰.

Прв пакет антикризни мерки - Во ноември 2008 г. беше донесен првиот пакет антикризни мерки чијшто фискален стимул изнесуваше 330 мил. евра. Најголем дел од мерките во овој пакет беа насочени кон претпријатијата со нарушена ликвидност и проблеми со исплаќање на своите обврски кон државата. Според тоа, овие мерки, иако нудеа извесно олеснување за целната група претпријатија (иако одливот на средства за плаќањето на обврските кои имаат овластувања, исто така, ја загрозува ликвидносната позиција на овие компании кои се соочуваат со тешкотии), исто така, создаваа двоен аршин за претпријатијата кои успешно ги сервисирале своите обврски, а на кои во овој момент им беше неопходна поддршка/ликвидност за да го ублажат ударот на кризата (види поопширно СЕА, 2009).

- Отпишување на неплатените тековни обврски за здравствено осигурување на компаниите кои редовно и навремено ќе им го плаќаат здравственото осигурување на вработените во следните четири години;
- Отпишување на целата акумулирана камата по обврските за социјално осигурување доколку компанијата ја исплати главнината од долгот;
- Отпишување на целата акумулирана камата за неплатените даночни обврски доколку компанијата ја исплати главнината од долгот (ДДВ, данок на доход, данок на имот);
- Овозможување за одложено плаќање на даночните обврски доколку компанијата го обезбеди долгот со банкарска гаранција 100% или компанијата понуди хипотека во вредност од 250% од долгот;
- Ослободување на компаниите од обврската за плаќање данок на доход доколку целокупниот годишен профит е задржан во рамките на компанијата (ако не се исплатени дивиденди);

¹⁰ Презентирана ќе биде структурата и фокусот на секој од антикризните пакети додека поединечната ефикасност/резултат од секоја од мерките нема да биде елаборирана, од причина што не постојат детални извештаи за следење на напредокот од мерките/реформите направени во услови на криза, а доколку се обидеме да го направиме тоа, ќе се соочиме со ризик од предимензионирање на докторската дисертација и со обем на работа доволен за неколку докторски дисертации.

- Намалување на царините (на 498 ставки);
- Намалување на стапките за оданочување на доходот на индивидуалните фармери;
- Одложување на спроведувањето на Законот за платен промет за период од една година за компаниите со блокирани сметки;
- Трансформирање на даночните побарувања од државата во сопственички удели во некои компании каде што државата веќе поседува доминантна сопственост;
- Намалување на новогодишното трошење на Владата за 2008 г.

Втор пакет антикризни мерки – Вториот пакет антикризни мерки беше донесен во март 2009 г. и претставуваше седумгодишна нова инвестициска програма 2009-2016 со која е планирано да се реализираат голем број крупни стратешки инфраструктурни проекти во енергетиката, транспортот, екологијата, образованието и во културата. Овој, втор антикризен пакет, кој е во духот на кејнзијанската филозофија за реализација на крупни инфраструктурни проекти од страна на државата, имаше за цел стимулирање на развојот (и потенцијалот за развој) на долг рок, подигнување на конкурентноста на македонската економија, како и подобрување на квалитетот на живеење на граѓаните. Во рамките на антикризниот пакет Владата најави 3,85 милијарди евра инвестиции во енергетската сфера, од кои: 250 милиони буџетски средства, една милијарда задолжување и 2,6 милијарди евра од концесии и приватно јавно партнерство; во патната инфраструктура беше планирано да се вложуваат 2,6 милијарди евра, додека за изградба на социјални станови веќе беа обезбедени 34 милиони евра. Овој антикризен пакет беше планирано да изнесува 8 милијарди евра и опфаќаше неколку крупни проекти, како што се (види детално Влада на Р. М, 2009):

- Инвестирање во енергетскиот сектор со повеќе од 30 стратешки проекти (рудници, електрични и гасни централи итн.);
- Проекти за развој на транспортната инфраструктура, како што се патишта и железници;
- Проекти за водоводна и комунална инфраструктура за 300.000 луѓе на 400 локации;
- Проекти од областа на животната средина за Дојранското Езеро и за реката Вардар;
- Изградба на социјални станови (1.110) во периодот 2009-2012 г.;
- Градење спортски сали и терени;
- Изградба на нов универзитет за информатичка технологија во Охрид, нов студентски дом во Аеродром и 93 нови училишта за цела Македонија.

Трет пакет антикризни мерки – во април 2009 г. Владата го усвои третиот пакет кој опфаќаше 70 антикризни мерки кои се однесуваат на три сегменти. Овие мерки беа наменети за охрабрување на фискалното штедење, поддршка на извозот и на увозот и за

субвенционирање/поддршка на малите и на средните бизниси (види Влада на Р. М, 2009; НБРМ, 2010):

- 1) Ребаланс на буџетот, со цел да се изврши прилагодување на приходите и на расходите и нивно сообразување со ревидираните макроекономски претпоставки. Во целина, буџетот беше намален за околу 9%, со цел да им се испрати порака на економските субјекти дека се води претпазлива фискална политика која е во границите на проектираното ниво на дефицит од 2,8% од БДП. Позначајни мерки во насока на намалување на буџетските трошоци, кои беа дел од пакетот, опфаќаа: временна забрана за нови вработувања во 2009 година во државната администрација, одложување на 10-процентното зголемување на платите во државната администрација и во јавниот сектор, намалување на ставката за тековни расходи кај сите буџетски корисници во просек за 16%, контрола на вработувањата преку агенциите за временни вработувања, намалување на трошоците за репрезентација, реклами и спонзорства кај сите буџетски корисници, дел од проектите на Владата во делот на капиталните расходи се пролонгираат, односно добиваат нова динамика на реализација и исплата итн.
- 2) Мерки за кредитна поддршка на претпријатијата, односно директна поддршка на малите и на средните претпријатија од извозниот сектор и од останатите сектори на економијата:
 - Програма за кофинансирање и гаранции за долгорочни инвестициски кредити и субвенционирање на каматата;
 - Програма за кофинансирање и гаранции за кредити за обртни средства и субвенционирање на каматата;
 - Програма за субвенционирање на каматите за краткорочни кредити за обртни средства;
 - Програма за гаранции.
- 3) Други мерки за поддршка на претпријатијата
 - Владата донесе 54 мерки за поедноставување на царинското работење и побрз проток на стоките на граница, во рамките на Регулаторната гилотина II фаза;
 - Врз основа на консултациите со стопанските комори, Владата прифати десетина мерки предложени од нивна страна;
 - Во транспортниот сектор, за поддршка на превозниците, Владата прифати дел од мерките предложени од „Макам-транс“ (Асоцијацијата на независни синдикати на транспортери на Република Македонија).

Четврти пакет антикризни мерки – четвртиот пакет антикризни мерки беше донесен во март 2010 г. и се состоеше од 24 мерки доминантно насочени кон даночната политика, кредитната политика, земјоделството, градежништвото, социјалната политика итн. Поради големиот број мерки и

нивниот опфат, во продолжение ќе се обидеме да претставиме дел од нив (Влада на Р.М, 2010)¹¹:

- Измена во условите за користење на кредитната линија од ЕИБ и МБПР: лимитирање на каматната стапка за првата година на 6%, лимитирање на максималната камата од втората година до 7,5%; промена на износот на поединечниот кредит наменет за крајните корисници (микро до 40.000 евра, мали до 400.000 евра, средни до 3.500.000 евра); проширување на опфатот со тоа што и трговските компании ќе имаат можност да конкурираат за кредитот.
- Измена и дополнување на Законот за ДДВ: можност за доставување периодичен финансиски извештај од банкарските сметки во електронска форма до Управата за јавни приходи; развојување на денот на плаќањето на обврските по бруто-плати и придонеси, со обврските за даноци и ДДВ од 15-ти на 25-ти во тековниот месец; подигнување на прагот за регистрација на даночните обврзници за ДДВ од 1,3 милиони на 2,0 милиони денари.
- Олеснување на критериумите за добивање финансиска поддршка согласно Програмата за финансиска поддршка на земјоделството за 2010 година за користење финансиски средства.
- Намалување на надоместокот за приватизација на градежното земјиште кај правните лица за 30%.
- Воведување кредитна линија за поддршка на микро, мали и средни трговски друштва со гарантна шема од страна на МБПР, со вкупно средства од 15 милиони евра.
- Донесување Закон за основање Агенција за странски инвестиции на РМ и промоција на извозот.
- Спречување увоз на производи кои не се произведени по одредени стандарди (НАССАР, СЕ), со цел да се заштитат домашните производители и потрошувачи.

Понатаму беше овозможено: откуп на станови во државна сопственост од страна на носители на станарско право, а кои имаат долг по основ на неплатени закупнини; продолжување на рокови за обезбедување одобрение за градење за објекти од 1. и 2. категорија – 10 години, од 3. категорија – 6 години и од 4. и 5. категорија – 4 години; продолжување рокови за обезбедување одобрение за градење од една на две години; изградба на повеќе придружни натпатници на Коридорот 8 и Коридорот 10; воспоставување фонд на земјоделско земјиште за плодоуживање, наменет за доделување на невработени лица кои живеат во рурални средини; овозможување еднаков третман на сите стопански комори регистрирани во РМ во однос на царинската постапка; скратување на постапката за денационализација итн.

¹¹ Исто така, види: <http://www.finance.gov.mk/node/1435> и <http://www.vicepremier-ekonomija.gov.mk/?q=node/118>

Петти пакет антикризни мерки - во јуни 2012 г. Владата излезе со нов пакет антикризни мерки кои, за разлика од претходните пакети, беа насочени кон директно намалување на невработеноста (првите четири мерки), подобрување на состојбата на социјално ранливите групи и на стандардот на граѓаните, како и обезбедување дополнителни средства за компаниите (види Влада на Р.М, 2012; СЕА, 2012).

- Програма за вработување на 4.000 лица, односно Програма за јавни работи и вработување на 2.000 лица, со можност за вработување на уште 2.000 лица преку општините;
- 1.000 нови вработувања со кредитирање на фирмите;
- Програма за 1.000 нови вработувања преку обука за познат работодавач. Доделување 850 хектари државно земјиште на плодоуживање на социјално необезбедени лица;
- Обезбедување нови 10,7 милиони евра за финансирање мали и средни фирми од преработувачката индустрија преку докапитализација на Македонската банка за поддршка на развојот;
- Летен/зимски одмор за 3.000 деца од социјално ранливи семејства;
- Ваучери за компјутери за апсолвенти на државните универзитети кои се од семејства - корисници на социјална помош;
- Зголемување за 100 денари на надоместокот за енергетска сиромаштија;
- Легализација на нерегистрирани трактори и тракторски приколки;
- Попуст во театрите, музеите, операта, филхармонијата, балетот за социјално ранливите групи;
- Легализација на објекти за земјоделска намена, кои се бесправно изградени на земјоделско земјиште;
- Продолжување на рокот за увоз на автобуси со ЕУР 2 за дополнителни шест месеци, од август 2012 до февруари 2013.

Заклучок

Одговорот на фискалната политика во услови на криза во Р. Македонија кој беше анализиран може да се сумира во следново:

- Добрата фискална позиција што ја имаше Р. Македонија во почетната фаза од кризата придонесе фискалниот простор за дејствување на фискалната политика да биде покомотен и ефектите од неа за ублажување на кризата да бидат позначајни;
- Р. Македонија во периодот пред кризата водеше ниски буџетски дефицити, почнувајќи од 2003 г. до 2007/2008 г. во споредбата со земјите од регионот;
- Македонија во 2008 г. го намали нивото на јавен долг на само 20,6% од БДП, споредено со 2005 г. кога тој изнесуваше 39,5% од БДП, со

што до денес остана со најниско задолжување споредено со земјите од регионот и пошироко, со еврозоната;

- Македонија се задолжи под поволни услови на глобалните пазари на капитал (пред да се влошат условите) со издавањето на првата македонска еврообврзница во 2005 г. што беше искористено за отплата на главницата кон Лондонскиот клуб на кредитори; во 2009 г. беше издадена нова еврообврзница, но сега под многу понеповолни услови - нејзината каматна стапка беше скоро два пати поголема од онаа во 2005 г. и изнесуваше 9,875% на годишно ниво;
- Посебно е значајна активноста на фискалната политика во државата непосредно пред кризата (почнувајќи од 2007 г.) насочена кон создавање услови за повисок економски раст преку поттикнување на агрегатната понуда и побарувачка: во 2007 г. беа донесени главните законски реформи со кои се вовеле рамен данок; се вовеле даночно ослободување во висина на износот на реинвестираната добивка; кај ДДВ се вовеле повластена даночна стапка од 5% за определени производи; во јули 2008 г. беше донесена мерка со која социјалните придонеси за периодот 2009 – 2011 се намалија за 10%, односно од 32% на 22%¹²;
- Потребата за финансиски средства во 2009 г. придонесе за значајно зголемување на каматната стапка на тримесечните државни записи во јуни 2009 г. кога достигна ниво од 9,35%;
- Во периодот пред кризата во услови на сè уште позитивен производствен јаз, фискалниот импулс е значаен и процикличен, во следната, 2009 г., во екот на кризата била водена контрациклична фискална политика, со цел да се стабилизира економскиот циклус и да се намалат ефектите од кризата, додека во услови на отежнато финансирање, негативното влијание на автоматските стабилизатори во следната, 2010 г., следува зајакнување на фискалната позиција/намалување на нејзината контрацикличност;
- Реакција/одговор на глобалната економска криза претставува промената на трендот на ниските буџетски дефицити и нивно зголемување – од 0,9% во 2008 г. на 2,5% во 2009 г., ниво кое приближно се одржува до денес;
- Задолжувањето на државата во странство стана значаен извор на средства за покривање на јавните расходи, споредено со домашното задолжување - задолжувањето во странство е скоро десеткратно зголемено, од 1,1% во 2004 г. на 10,2%, во 2013 г. од вкупните приходи;
- Учеството на капиталните расходи во вкупните расходи во буџетот како развојна компонента значајно се зголеми – односно од 2,6%

¹² Види поопширно: <http://www.vicpremier.gov.mk/?q=node/248>

учество во вкупните расходи во 2006 г. овој износ пораснал на 6,3% во 2012 г.;

- Поткрепа за фискалната политика претставува новиот аранжман за финансиска поддршка склучен со ММФ во јануари 2011 г. во форма на новиот инструмент на ММФ – Кредитна линија на претпазливост (КЛП);
- Владата на Р. Македонија донесе пет антикризни пакети кои имаа за цел ублажување на ефектите од кризата, зголемување на потенцијалот за раст на економијата, подобрување на стандардот на живеење и заштита на ранливите групи:
 - 1) Во ноември 2008 г. беше донесен првиот пакет антикризни мерки, чијшто фискален стимул изнесуваше 330 мил. евра, мерките во овој пакет доминантно беа насочени кон претпријатијата со нарушена ликвидност и со проблеми со исплаќање на своите обврски кон државата;
 - 2) Во март 2009 г. беше донесен вториот антикризен пакет кој претставуваше седумгодишна нова инвестициска програма 2009-2016 со која е планирано да се реализираат голем број крупни стратешки инфраструктурни проекти во енергетиката, транспортот, екологијата, образованието и во културата. Овој пакет имаше за цел стимулирање на развојот на долг рок, подигнување на конкурентноста на македонската економија, како и подобрување на квалитетот на живеење на граѓаните.
 - 3) Во април 2009 г. беше донесен третиот пакет кој опфаќаше 70 антикризни мерки кои се однесуваа на три сегменти: охрабрување на фискалното штедење и ребаланс на Буџетот, поддршка на извозот и увозот и субвенционирање/поддршка на малите и на средните бизниси;
 - 4) Во март 2010 г. беше донесен четвртиот пакет антикризни мерки кој се состоеше од 24 мерки (повеќе изгледаа како реформи) доминантно насочени кон даночната политика, кредитната политика, земјоделството, градежништвото, социјалната политика итн.;
 - 5) Во јуни 2012 г. беше донесен најновиот пакет антикризни мерки (составен од 12 мерки) кој, за разлика од претходните пакети, беше насочен кон директно намалување на невработеноста (првите четири мерки), подобрување на состојбата на социјално ранливите групи и стандардот на граѓаните, како и обезбедување дополнителни средства за компаниите.

Користена литература

- Berglöf, E. (2009), *Transition Report 2009: Transition in Crisis?* (London: European Bank).
- Berkmen, P., G. Gelos, R. Rennhack., and J. Walsh. (2009), „The Global Financial Crisis“:
- Center for Economic Analyses -CEA, (2012) „Policy brief about the 2012 measures of the government of macedonia against the global crisis“.
- Center for Economic Analyses, (2009) „Review of the measures of the Macedonian government against the global economic crisis“.
- Connolly, R. (2009), „Financial vulnerabilities in Emerging Europe: An overview“, Bank of Finland.
- Explaining Cross-Country Differences in the Output Impact, IMF Working Paper No.09/280 (Washington: International Monetary Fund).
- for Reconstruction and Development).
- Ghosh, A., M. Chamon, C. Crowe, J. Kim, and J. Ostry. (2009), „Coping with the Crisis: <http://www.imf.org/external/np/exr/facts/pll.htm>
- IMF Country Report No. 10/19, 2010: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/2010/cr1019.pdf>
- IMF Country Report No. 12/133, 2012: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/2012/cr12133.pdf>
- IMF, (2010), „How Did Emerging Markets Cope in the Crisis?“, prepared by the Strategy, Policy, and Review Department, Approved by Reza Moghadam.
- IMF, (2013), The IMF's Precautionary and Liquidity Line (PLL), available on:
- Institute of Transition-BOFIT Online No. 3. <http://www.bof.fi/NR/rdonlyres/BA4C9028-D69D-45CB-ABF1-140ECB129E4C/0/bon0309.pdf>.
- Kadievska-Vojnovic i Uneska „Cenovna i dohodna elasticnost na izvozot i uvozot na Republika Makedonija i ekonomskiot rast“, NBRM, objaven maj 2007, dostapno: <http://nbrm.gov.mk/WBStorage/Files/Dohodna-i-cenovna-elasticnost-na-izvozot-i-uvozot.pdf>
- No. 2010/04 (Washington: International Monetary Fund).
- Nuti D. M. (2009), „The Impact Of The Global Crisis On Transition Economieseconomic Annals“, Volume LIV, No. 181.
- Policy Options for Emerging Market Countries,” IMF Staff Position Note.
- Yilmaz, A. (2009), „Policy Response To The Global Financialcrisis: Key Issues For Developing Countries“, South Centre, Geneva. Достапно на: <http://www.southcentre.org>
- Влада на Р. Македонија, април, 2009 „Трет пакет антикризни мерки“, достапно на <http://arhiva.vlada.mk/?q=node/2749>.
- Влада на Р. Македонија, известување за јавноста од, 31 јули 2008, Скопје. „Владата донесе одлука за намалување на придонесите за пензиско и здравствено осигурување и за придонесот за вработување за 10%“, достапно на: <http://www.vicpremier.gov.mk/?q=node/248>
- Влада на Р. Македонија, март 2010 „Четврт пакет антикризни мерки на Владата на Република Македонија“, достапно на <http://arhiva.vlada.mk/?q=book/export/html/5118>.

- Влада на Р. Македонија, март, 2009. „Владата презентира Инвестициска програма за реализација на стратешки инфраструктурни проекти“, достапна на: <http://arhiva.vlada.mk/?q=book/export/html/2414>
- Влада на Р. Македонија, соопштение за печат од јуни 2012. „Владата донесе нов пакет на економски и социјални мерки“.
- Закон за задолжување на Р.Македонија кај ММФ со КЛП. Види „Службен весник на РМ“, бр.17/2011.
- Министерство за финансии на Р. Македонија, (2009). Презентација за евро обврзница, достапно на: http://www.finance.gov.mk/files/_u4/Macedonia_RS_Presentation_17-19_Jun_2009.pdf.
- Министерство за финансии на Р. Македонија, Проспект за еврообврзницата, достапно на: http://www.finance.gov.mk/files/u4/eurobond_prospectus.pdf.
- Министерство за финансии на Р. Македонија,(2009), Проспект за евро обврзница, достапно на: <http://www.finance.gov.mk/files/u4/prospectus.pdf>.
- НБРМ, Годишниот извештај на НБРМ за 2005 год., достапен на: <http://nbrm.mk/?ItemID=08F0F6C1E4502142ADF5036DE55E8E1F>
- НБРМ, Годишен извештај на НБРМ за 2010 год., достапен на: http://www.nbrm.mk/WBStorage/Files/WebBuilder_Godisen_izvestaj_2010.pdf
- НБРМ, Годишниот извештај на НБРМ за 2006 год., достапен на: <http://nbrm.mk/WBStorage/Files/Godisen-izvestaj-20061.pdf>
- НБРМ, Годишниот извештај на НБРМ за 2008 год., достапен на: http://www.nbrm.mk/WBStorage/Files/Godisen_izvestaj_20085.pdf
- НБРМ, Годишниот извештај на НБРМ за 2009 год., достапен на: http://nbrm.mk/WBStorage/Files/WebBuilder_Godisenizvestaj2009kon0.pdf
- НБРМ, Годишниот извештај на НБРМ за 2011 год., достапен на: http://nbrm.mk/WBStorage/Files/WebBuilder_Godisen_izvestaj_2011.pdf
- НБРМ, Квартален извештај на НБРМ, април, 2012 год. Достапен на: http://nbrm.mk/WBStorage/Files/WebBuilder_Kvartalen_izvestaj_april_2012_SP_WEB.pdf
- Обраќање на вицепремиерот на Р. Македонија, Промовиран четвртиот пакет владини антикризни мерки, достапно на <http://www.finance.gov.mk/node/1435> и <http://www.vicpremier-ekonomija.gov.mk/?q=node/118>.

RESPONSE OF THE FISCAL POLICY ON THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA

Borche Trenovski, Ph.D.

Abstract

Fiscal policy in terms of the global economic crisis gain the key "five minutes" in the last three/four decades, and prove that it is still an important tool for stabilization, especially for support/recovery of economies on national and global level. Macedonia was not an exception of this global trends in this

direction, although the support of fiscal policy (tax reform, reducing contributions and introducing a flat tax) for the economy began in the pre-crisis period. An important foundation that allow further active involvement of fiscal policy in dealing with the global crisis was relatively good fiscal position of the domestic economy in the pre-crisis period - low deficits and low public debt (which was significantly reduced in the period before the crisis). The crisis was the reason for enhanced fiscal activity in the domestic economy, further analyzed by shifting fiscal positions (deficits, public debt, public spending, and their structure etc.), and anti-crisis packages that were directly aimed at reducing the effects of global economic crisis on domestic economy.

Keywords: *fiscal policy, global economic crisis, budgetary positions, fiscal measures, R. Macedonia*

**ДОЛГОРОЧНА ВРСКА ПОМЕГУ
УВОЗОТ И ИЗВОЗОТ ВО
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА:
ПРИМЕНА НА
КОИНТЕГРАЦИЈА И МОДЕЛ
СО КОРЕКЦИЈА НА ГРЕШКА**

УДК:339.562:339.564].025
(497.7),,2004/2013“

*М-р Марија Трпкова –
Несторовска*

Апстракт

Во овој труд се тестира долгорочната врска меѓу увозот и извозот во Република Македонија. Потврдувањето на долгорочната врска меѓу увозот и извозот укажува на стабилност на надворешната трговија на една земја и одржливост на дефицитот од тековната сметка. Долгорочната врска укажува и на макроекономска политика која е ефективна во својата цел да го постави увозот и извозот во состојба на долгорочна рамнотежа.

Во истражувањето се користат месечни податоци за периодот јануари 2004 година до јуни 2013 година. Методологијата на истражување опфаќа тестирање за стационарност на временските серии, тестови за утврдување на должината на временските доцнења, тестирање за условеност по Грејнџер, Јохансенов тест за коинтеграција и модел со корекција на грешка.

Истражувањето потврди постоење на условеност по Грејнџер, во насока извозот го условува увозот, како и постоење на една коинтеграциска равенка, односно долгорочен коинтеграциски однос. Моделот со корекција на грешка потврди краткорочна и долгорочна условеност меѓу увозот како зависна променлива и извозот како независна променлива.

Клучни зборови: *увоз, извоз, коинтеграција, модел со корекција на грешка.*

Вовед

Односот помеѓу увозот и извозот често е предмет на изучување, како на истражувачите, така и на креаторите на макроекономската политика. Важен дел на макроекономската политика е следењето на

движењето на тековната сметка на платниот биланс, која често се зема и како мерка за националната нето задолженост. Ако дефицитот на тековната сметка е стационарен, надворешниот долг е одржлив. (Šonje, Podobnik, Vizek 2010). Постојењето на долгорочната врска помеѓу увозот и извозот е посакувана состојба за многу земји и е предмет на истражување во многу развиени економии и економии во развој.

Македонија е мала отворена економија која во голема мера зависи од другите земји во светот. Главниот дел од извозот го сочинуваат индустриските преработки. Структурата на извозот во Република Македонија во 2012 година е сочинета од 59,8% на полупроизводи, 33% на производи за потрошувачка, 6,1% на капитални производи и 1,1% други производи. Структурата на увозот е слична, односно 68,6% на полупроизводи, 18,1% на производи за потрошувачка, 9,4% на капитални производи и 3,9% на други производи¹.

Како поважни земји во кои извезува Република Македонија може да се наведат Бугарија, Италија, Грција, Косово и Србија. Повеќе од една четвртина од извозот е кон Германија. Република Македонија најмногу увезува производи од Грција. Други поважни земји од кои се увезуваат производи се Бугарија, Германија, Италија, Велика Британија, Србија и Кина².

Движењето на увозот и извозот е прикажано на сликата 1³.

Целта на овој труд е да се спроведе емпириско истражување, со цел да се потврди присуството на долгорочна врска помеѓу увозот и извозот во Република Македонија, со користење на методот на коинтеграција. Според познавањето на авторот, слично истражување за потврдување на долгорочната врска помеѓу увозот и извозот во Р. Македонија не било спроведено досега. Истражувања на истата тема постојат, но за други земји од Балканот, во кои не е вклучена Р. Македонија. Со цел да се пополни овој недостаток, од значење е да се тестира овој однос.

Трудот е составен од пет дела. По воведниот дел, следува делот што се однесува на теоријата и преглед на литературата што се занимава со долгорочниот однос помеѓу увозот и извозот. Во третиот дел се прикажува методологијата на истражувањето, а добиените резултати и нивната

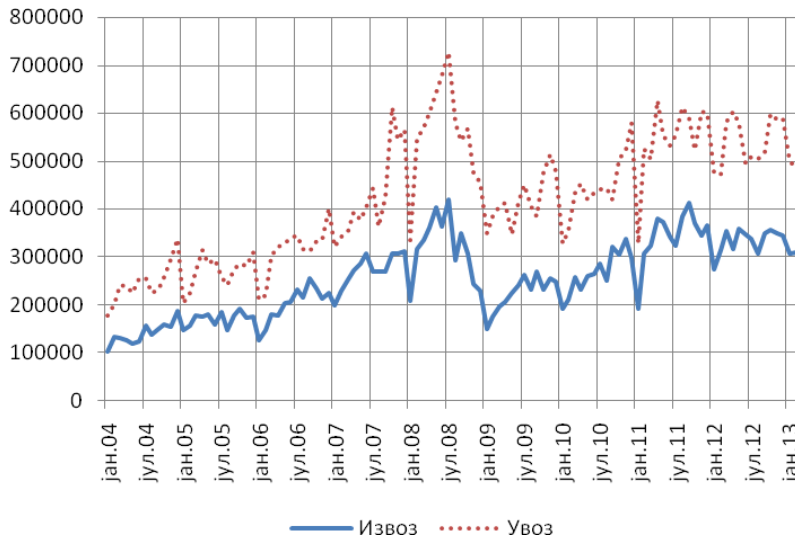
¹ „Структура на извозот и увозот според основните економски категории“, Статистичкиот годишник 2013, (дел за Надворешна трговија, стр. 510), издаден од Државниот завод за статистика на Република Македонија.

² „Стоковна размена според економските групации на земјите“, Статистичкиот годишник 2013, (дел за Надворешна трговија, стр. 504 - 505), издаден од Државниот завод за статистика на Република Македонија.

³ Статистиката на стоковна размена се базира врз принципот на специјална трговија (проширена дефиниција), според кој во извозот се опфаќа сета стока извезена во странство и во странските царински складишта и комерцијалните слободни зони што е од домашно потекло, просториите за внатрешно облагородување и индустриските слободни зони. Во увозот се опфаќаат сите стоки, без разлика дали се увезени директно од странство, од царински транзит или од царински складишта и комерцијални слободни зони, а се наменети за производство, инвестиции или широка потрошувачка.

анализа следуваат во четвртиот дел. Во последниот, петтиот дел, следува заклучокот од спроведеното истражување.

Слика 1. Увоз и извоз во Република Македонија (во илјади САД долари)



Извор: Државен завод за статистика на Република Македонија.

1. Теорија и преглед на литературата

Теоретскиот модел предложен од Хастед (1992) за тестирање на зависноста помеѓу увозот и извозот гласи

$$EXP_t = \alpha + \beta IMP_t + \varepsilon_t$$

каде EXP_t е извозот на добра и услуги, а IMP_t е увозот на добра и услуги. За одржлив дефицит на тековната сметка потребно е да се исполнат два услови: (1) коефициентот β да биде еднаков на еден, и (2) ε_t да е стационарен процес. Со други зборови, дефицитот на тековната сметка е одржлив ако извозот и увозот се коинтегрирани и коинтеграцискиот коефициент β е еднаков на еден. Но, доколку увозот и извозот се коинтегрирани, а β е помал од еден, тогаш економијата не е во состојба да ги задоволи своите буџетски ограничувања.

Алтернативната верзија на моделот според Аризе (2002) е

$$IMP_t = \alpha + \beta EXP_t + \varepsilon_t$$

Долгорочниот однос помеѓу увозот и извозот е предмет на бројни студии во последните дваесет години. Коинтеграциската врска се тестираше од страна на многу автори, или за посебна земја, или, пак, за група земји.

Со користење на квартални податоци за периодот 1967 – 1989 година, Хастед (1992) потврдил постоење на долгорочна врска помеѓу увозот и извозот во САД. Ова подразбира дека увозот и извозот во САД можат да се оддалечат еден од друг, но само краткорочно. Долгорочно, тие конвергираат кон рамнотежен однос.

Холмс (2006) користел панел коинтеграциски пристап за да ја тестира одржливоста на тековната сметка во 11 земји од ОЕЦД. Резултатите потврдиле одржливост во шест земји, и воедно одржливоста се покажала како карактеристика на земјите кои не се членки на Европската унија.

Холмс (2004) ја тестираше и долгорочната врска на увозот и извозот за Русија и 9 земји од Централна и Источна Европа со користење на панел пристап. Резултатите покажале дека повеќе од половина земји (Чешка, Естонија, Унгарија, Полска, Романија и Словачка) потврдиле одржливост на тековната сметка, односно долгорочна коинтеграција помеѓу увозот и извозот.

Во значајниот труд на Аризе (2002) потврдено е присуство на долгорочна врска помеѓу увозот и извозот во 35 земји, од вкупно 50 тестирани земји. Вклучени биле земји во развој, како и земји членки на ОЕЦД, со што примерокот е репрезентативен и на светско ниво.

Во трудот на Ербајкал и Карача (2008) испитувана и докажана е коинтеграцијата на увозот и извозот во Турција.

Narayan and Narayan (2005) ја испитувале одржливоста на тековната сметка на 22 најмалку развиени земји од Африка и Азија. Коинтеграција се потврдила кај само 6 земји.

Во трудот на Шоње, Подобник и Визек (2010) се испитува дали однесувањето на надворешната трговија кај земјите од Европа кои се наоѓаат во транзиција е одржливо на долг рок. Резултатите потврдиле коинтеграција кај 10 од вкупно 16 земји, односно извозот и увозот на Бугарија, Ерменија, Русија, Чешка, Словачка, Литванија, Хрватска, Словенија, Полска и Романија делат заеднички тренд и се детерминираат меѓусебно.

Постоењето на коинтеграцијата помеѓу увозот и извозот во Чиле е тестиран од страна на Херцер и Новак - Лехман (2006). Во овој труд се испитува долгорочната врска помеѓу извозот и увозот во Чиле, во периодот од 1975 година до 2004 година. Резултатите потврдиле постоење на еквилибриум помеѓу увозот и извозот и покрај тоа што постоела криза на билансот на плаќања во 1982/83 година. Резултатите потврдиле дека макроекономската политика на Чиле е ефективна, гледано долгорочно, како и дека Чиле не ги прекршува меѓународните буџетски ограничувања.

2. Методологија на истражување

Методологијата на истражување користена во овој труд ги опфаќа следниве чекори преку кои се моделира долгорочниот однос помеѓу увозот и извозот: (1) тестирање за стационарност на временските серии, (2) тестови за утврдување на должината на временските доцнења, (3) тестирање за условеност по Грејнцер, (4) Јохансенов тест за коинтеграција и (5) модел со корекција на грешка.

(1) Веќе е добро познато дека најважното својство на една временска серија е дали таа е стационарна или нестационарна. Интуитивно, еден процес е стационарен доколку временската серија која го следи тој процес го има истиот распоред на веројатноста за кој било временски период. Стационарната променлива се враќа повторно на фиксната средна вредност откако ќе го наруши движењето поради настанат шок. Нестационарноста на временските серии е важен проблем од кој зависи како податоците ќе се анализираат понатаму. Нестационарните податоци не може да се анализираат со традиционалните економетриски техники, бидејќи во овој случај не се исполнети одредени претпоставки што води кон погрешни заклучоци за односите на временските серии.

За тестирање на стационарноста постојат повеќе тестови, од кои најчесто е користен проширениот Дики – Фулеров тест (англ. augmented Dickey Fuller test), што е користен и во ова истражување. Овој тест, со p временски доцнења, се претставува како регресија која ја има следнава форма

$$\Delta y_t = \hat{\gamma} y_{t-1} + \beta_1 y_{t-1} + \dots + \beta_p y_{t-p} + \varepsilon_t$$

каде t статистиката го претставува односот за $\hat{\gamma}$, p се избира да биде доволно голем, така што случајната грешка ε претставува процес на бел шум.

Постојат варијанти на овој тест кои вклучуваат струење (англ. drift) или праволиниски тренд. Тестирањето за случаен од со струење значи вклучување на константа во регресијата

$$\Delta y_t = \alpha + \hat{\gamma} y_{t-1} + \beta_1 y_{t-1} + \dots + \beta_p y_{t-p} + \varepsilon_t$$

каде повторно t статистиката го претставува односот за $\hat{\gamma}$, додека, пак, постои разлика во критичните вредности на тестот во однос на регресијата без константа.

Варијантата со праволиниски тренд ја има следнава форма

$$\Delta y_t = \alpha + \delta + \hat{\gamma}y_{t-1} + \beta_1 y_{t-1} + \dots + \beta_p y_{t-p} + \varepsilon_t$$

каде повторно критичните вредности се разликуваат од претходните два случаја.

(2) За да се примени тестирањето за условеност по Грејнџер, како и Јохансеновиот тест за коинтеграција, важно е да се утврди должината на временските доцнења преку VAR моделот. Изборот на должината на временските доцнења може да се изврши со користење на мултиваријациона генерализација на Акаике информациониот критериум или Шварцовиот информационер критериум (Enders 2010). Во анализата се користат шест различни тестови за утврдување на должината на временското доцнење.

(3) Една од основните максими, која секој економетричар или статистичар треба да ја знае, вели дека „корелацијата не подразбира условеност (каузалност)“. Идејата за условеност по Грејнџер вели дека променливата y_t ја условува по Грејнџер (англ. Granger cause) променливата z_t ако променливата z_t може подобро да се предвиди преку минатите вредности (вредностите со временски доцнења) на y_t и z_t , отколку само со минатите вредности на z_t .

Нека се y_t и z_t стационарни временски серии. За да се тестира нултата хипотеза дека y_t не ја условува по Грејнџер променливата z_t , треба да се изнајдат соодветните временски доцнења на z_t кои ќе се вклучат во авторегресивната равенка со една променлива за z_t

$$z_t = a_0 + a_1 z_{t-1} + a_2 z_{t-2} + \dots + a_p z_{t-p} + \varepsilon_t$$

Следно, авторегресивната равенка се проширува со вклучување на временски доцнења за y_t

$$z_t = a_0 + a_1 z_{t-1} + a_2 z_{t-2} + \dots + a_p z_{t-p} + b_1 y_{t-1} + \dots + b_q y_{t-q} + \varepsilon_t$$

Во оваа равенка остануваат сите временски доцнења на y_t кои се индивидуално значајни според нивната t статистика, под услов дека тие заеднички ја зголемуваат објаснувачката моќ на регресијата според F тестот (нултата хипотеза кај овој тест гласи дека не се зголемува објаснувачката моќ на регресијата). Во равенката p е најкраткото, додека, пак, q е најдолгото временско доцнење за кое временското доцнење на y_t

е значајно. Нултата хипотеза дека y_t не ја условува по Грејнџер променливата z_t не се отфрла само и само ако временските доцнења на y_t остануваат во регресионата равенка.

(4) Коинтеграцијата претставува долгорочна врска помеѓу повеќе нестационарни серии. Ако постојат две или повеќе серии кои индивидуално се нестационарни, интегрирани се од ист ред и имаат линеарна комбинација која е стационарна, тогаш за нив се вели дека се коинтегрирани серии, односно постои коинтеграција меѓу сериите.

Со Јохансеновиот тест возможно е тестирање за постоење на коинтеграција меѓу неколку серии, интегрирани од прв ред. Овој тест овозможува тестирање за постоење на повеќе од еден коинтеграциски однос. Процедурата на Јохансен во голема мера се базира на односот помеѓу рангот на матрицата и нејзините карактеристични корени. Јохансеновата процедура не претставува ништо друго, туку Дики – Фулеровов тест, прикажан во општа форма за повеќе од две променливи. Постојат два вида на Јохансен тестови каде заклучоците може да се разликуваат и тоа тестот на траг (англ. trace test)

$$\lambda_{\text{траг}}(r) = -T \sum_{i=r+1}^n \log(1 - \hat{\lambda}_i)$$

Нултата хипотеза кај овој тест вели дека бројот на коинтеграциски вектори е $\leq r$, каде $r = 0, 1, 2$, додека алтернативната хипотеза вели $= r$.

Тестот на максимална својствена вредност (англ. maximum eigenvalues test) се дефинира како

$$\lambda_{\text{max}}(r, r+1) = -T \log(1 - \hat{\lambda}_{r+1})$$

Нултата хипотеза кај овој тест вели дека бројот на коинтеграциски вектори е $= r$, а алтернативната хипотеза вели $r+1$. Овој тест се преферира кога се сака да се добие бројот на коинтеграциски вектори (Enders 2010).

(5) Моделот со корекција на грешка е динамичен систем кој се карактеризира со тоа што отстапувањето на тековната состојба од долгорочната рамнотежа ќе се вгради во краткорочната динамика. Овој модел не врши корекција на грешката настаната во друг модел. Станува збор за модел кој директно ја оценува брзината при која зависната променлива се враќа во рамнотежна состојба по промената кај независната променлива. Моделот е теоретски воден пристап, корисен при оценка на краткорочните и долгорочните ефекти помеѓу временските серии.

Доколку сериите се интегрирани од прв ред, мора да постои барем еднонасочна условност (Granger 1988). Моделот со корекција на грешка ја претставува таа условност преку наједноставна форма

$$\Delta y_t = \alpha_0 + \gamma(y_{t-1} - \beta z_{t-1}) + \sum \alpha_{yi} \Delta y_{t-i} + \sum \alpha_{zi} \Delta z_{t-i} + \varepsilon_t$$

каде α_{zi} се интерпретира како коефициент на краткорочните реакции врз y_t , предизвикани од промените кај z_t , γ укажува на брзината на враќање на долгорочната рамнотежа во случај на шок. Се очекува γ да биде негативен коефициент. Колку овој коефициент е повисок, толку побргу ќе се изврши прилагодувањето кон новата рамнотежа, бидејќи настанатата грешка сега побргу исчезнува. Ако $\gamma = 0$, тогаш не постои модел со корекција на грешка. Параметарот β е дел од коинтеграцискиот вектор. Коинтеграцискиот вектор ја прикажува долгорочната рамнотежа. Во оценувањето на моделот со корекција на грешка, наместо делот $(y_{t-1} - \beta z_{t-1})$, се користат резидуалите добиени од простата регресија помеѓу y_t и z_t .

Се вели дека независната променлива влијае на зависната променлива, доколку делот за корекција на грешка $\gamma(y_{t-1} - \beta z_{t-1})$ е значаен, или, пак, коефициентите на независната променлива со временски доцнења се заеднички значајни. Негативниот и статистички значаен коефициент на делот за корекција на грешка укажува на долгорочна каузалност.

3. Анализа на добиените резултати

Во анализата се користени месечни податоци за стоковниот увоз и извоз, за периодот јануари 2004 – јуни 2013 година, добиени од Државниот завод за статистика на Република Македонија, или вкупно 114 податоци, кои се сметаат доволни за да се истражи долгорочната зависност помеѓу увозот и извозот.

Тестирањето за стационарност покажа дека променливите не се стационарни и стационарноста ја достигнуваат кога се трансформираат со прва диференца, односно имаат ред на интегрираност $I(1)$.

Табела 1. Проширен Дики – Фулер тест на единечен корен

Променлива	p – вредност		
	Константа	Тренд и константа	Без тренд и константа
EXP (извоз)	0,2498	0,0869	0,7336
ΔEXP	0,0000	0,0000	0,0000
IMP (увоз)	0,4431	0,0008	0,8300
ΔIMP	0,0000	0,0000	0,0000

Извор: Пресметки на авторот.

За да се спроведат тестовите за условеност и тестовите за коинтеграција, најпрвин е потребно да се утврди должината на временските доцнења преку VAR моделот. Се поставува вредност од максимум 12 временски доцнења, бидејќи станува збор за месечни податоци. Предложени се резултати од шест критериуми. Се избираат резултатите кои се предложени од повеќето критериуми. Во случајот станува збор за 10 временски доцнења, предложени од секвенцијалната модифицирана LR статистика, финалната грешка на предвидување и Акаике информациониот критериум.

За да се утврди условеноста на променливите се користи тестот на Грејнџер. Имено, резултатите се разликуваат во зависност од временските доцнења за кои е спроведен тестот. Во случај на 4, 8 и 10 временски доцнења, само извозот го условува увозот, додека само во случај на 10 временски доцнења, увозот го условува извозот. Имајќи го предвид претходното, дополнето со тоа дека Хана – Квин информациониот критериум предложи 4 временски доцнења каде само извозот условува, се извлекува заклучок дека извозот го условува увозот, но не и обратно. Оваа релација ќе се користи при оценка на моделот со корекција на грешка.

Табела 2. Критериуми за избор на должината на временските доцнења

ВД	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-2532.309	NA	1.31e+19	49.69233	49.74380	49.71317
1	-2456.624	146.9179	3.20e+18	48.28674	48.44115*	48.34927
2	-2450.205	12.20939	3.06e+18	48.23930	48.49665	48.34351
3	-2448.914	2.403341	3.22e+18	48.29244	48.65273	48.43833
4	-2434.766	25.80030	2.64e+18	48.09345	48.55668	48.28102*
5	-2431.610	5.631641	2.69e+18	48.10999	48.67616	48.33925
6	-2430.330	2.233126	2.84e+18	48.16333	48.83244	48.43428
7	-2426.822	5.983278	2.87e+18	48.17299	48.94504	48.48562
8	-2423.631	5.318321	2.92e+18	48.18885	49.06384	48.54317
9	-2413.237	16.91654	2.59e+18	48.06347	49.04140	48.45947
10	-2404.199	14.35405*	2.35e+18*	47.96469*	49.04556	48.40237
11	-2403.492	1.095853	2.52e+18	48.02925	49.21306	48.50862
12	-2398.146	8.071208	2.46e+18	48.00286	49.28961	48.52391

*ја означува избраната должина на временското доцнење според назначениот критериум.

LR: секвенцијална модифицирана LR статистика, FPE: финална грешка на предвидување, AIC: Акаике информациониот критериум, SC: Шварцов информациониот критериум, HQ: Хана – Квин информациониот критериум.

ВД: временско доцнење.

Извор: Пресметки на авторот.

Табела 3. Условеност по Грејнџер помеѓу увозот и извозот

	Нулта хипотеза	
	Извозот не го условува по Грејнџер увозот	Увозот не го условува по Грејнџер извозот
Временски доцнења	4	
р - вредност	0,0004*	0,1659
Временски доцнења	8	
р - вредност	0,0012*	0,3978
Временски доцнења	10	
р - вредност	0,0121*	0,0426*
Временски доцнења	12	
р - вредност	0,0519	0,0786

* Се отфрла нултата хипотеза при ризик на грешка од 5%.

Извор: Пресметки на авторот.

Резултатите од Јохансеновиот тест за коинтеграција (за 4 временски доцнења) укажуваат на постоење на една коинтеграциска равенка. Ова значи, дека увозот и извозот во Република Македонија се во долгорочен коинтеграциски однос, со што Република Македонија не ги прекршува меѓународните буџетски ограничувања и макроекономските политики се ефективни во својата цел да го постават односот помеѓу увозот и извозот во состојба на долгорочна рамнотежа.

Табела 4. Јохансенов тест за коинтеграција помеѓу увозот и извозот

Неограничен тест на коинтеграциски ранг (траг)	
Број на претпоставени коинтеграциски равенки	р - вредност
H_0 : Ниту една коинтеграциска равенка	0,0129*
H_0 : Една коинтеграциска равенка	0,0667
Неограничен тест на коинтеграциски ранг (максимална својствена вредност)	
Број на претпоставени коинтеграциски равенки	р - вредност
H_0 : Ниту една коинтеграциска равенка	0,0275*
H_0 : Една коинтеграциска равенка	0,0667

* Се отфрла нултата хипотеза при ризик на грешка од 5%.

Тестот на траг и тестот на максимална својствена вредност укажуваат на постоење на една коинтеграциска равенка при ризик на грешка од 5%.

Извор: Пресметки на авторот.

Со потврдувањето на условеноста и коинтеграцијата, може да се премине кон оценување на модел со корекција на грешка кој ја има следнава форма

$$\Delta_{12}IMP_t = \alpha_0 + \gamma(IMP_{t-12} - \beta EXP_{t-12}) + \alpha_{exp} \Delta_{12}EXP_t + \varepsilon_t$$

каде $\Delta_{12}IMP = (IMP_t - IMP_{t-12})$ за увозот

и $\Delta_{12}EXP_t = EXP_t - EXP_{t-12}$ за извозот. Резултатите се прикажани во табелата 5.

Табела 5. Модел со корекција на грешка, зависна променлива увоз

Променлива	Коефициент	p - вредност
Константа	4057,067	0,4063
$\Delta_{12}EXP_t$	1,3532	0,0000
Коефициент за корекција на грешка	-0,7259	0,0000
Прилагоден R^2		0,825
Дурбин – Вотсонова статистика		1,2569

Извор: Пресметки на авторот.

Моделот изгледа добро, бидејќи коефициентот за корекција на грешка е негативен и статистички значаен. Краткорочната условеност е прикажана преку коефициентот на независната променлива извоз со нејзините временски доцнења $\Delta_{12}EXP_t$. Овој коефициент е статистички значаен, што укажува и на краткорочна условеност помеѓу увозот и извозот. Но, Дурбин – Вотсоновата статистика има ниска вредност од 1,2569, што укажува на позитивна автокорелација од прв ред помеѓу резидуалите. Наједноставното решение е да се додаде авторегресија во моделот со вклучување на случајни грешки со временски доцнења (доколку се претпостави авторегресивна структура на резидуалите). Повторно ќе се оцени следниов модел

$$\Delta_{12}IMP_t = \alpha_0 + \gamma(IMP_{t-12} - \beta EXP_{t-12}) + \alpha_{exp} \Delta_{12}EXP_t + \varepsilon_t + \alpha_1 \varepsilon_{t-1}$$

Добиените резултати се прикажани во табелата.

Табела 6. Модел со корекција на грешка со исправка за автокорелацијата на резидуалите, зависна променлива увоз

Променлива	Коефициент	p - вредност
Константа	5523,440	0,4453
$\Delta_{12}EXP_t$	1,3097	0,0000
Коефициент за корекција на грешка	-0,6761	0,0000
Случајна грешка со временско доцнење	0,3807	0,0001
Прилагоден R^2		0,8491
Дурбин – Вотсонова статистика		2,1439

Извор: Пресметки на авторот.

Заклучоците за моделот остануваат исти, со таа разлика, што проблемот за автокорелација е решен, бидејќи коефициентот на Дурбин – Вотсоновата статистика е приближен до 2, што укажува дека не постои автокорелација.

Заклучок

Со овој труд се докажува дека помеѓу увозот и извозот во Република Македонија постои, како долгорочна, така и краткорочна условеност. Условеноста е во насока која вели дека увозот зависи од извозот. Важноста на докажувањето, пред сè на долгорочниот однос, се состои во тоа што тој укажува на стабилноста на надворешната трговија на една земја и одржливоста на дефицитот од тековната сметка. Исто така, постоењето на долгорочен коинтеграциски однос помеѓу увозот и извозот кажува дека Р. Македонија не ги прекршува меѓународните буџетски ограничувања. Добиените резултати потврдуваат и дека макроекономската политика е успешна во поставувањето на увозот и извозот во состојба на долгорочна рамнотежа.

Користена литература

- Ahec Šonje, A., Podobnik, B. and Vizek, M. (2010), „Test of cointegration between exports and imports among transition European countries“, *Ekonomski pregled*, no. 1-2.
- Arize, A. (2002), „Imports and exports in 50 countries: Test of cointegration and structural breaks“, *International Review of Economics and Finance*, vol. 11, pp. 101 - 115.
- Државен завод за статистика на Република Македонија (2013) „*Статистички годишник на Република Македонија 2013*“, 13. Надворешна трговија.
- Државен завод за статистика на Република Македонија, „*Соопшенија за обем на стоковната размена со странство за период јануари 2004 до јуни 2013*“.
- Enders, W. (2010), *Applied econometrics time series*, 3rd edition: Wiley. U.S.A.
- Erbaykal, E. and Karaca, O. (2008), „Is Turkey’s foreign deficit sustainable? Cointegration relationship between exports and imports“, *International Research Journal of Finance and Economics*, vol. 14, pp. 177-181.
- Granger, C.W.J. (1988), „Some recent development in the concept of causality“, *Journal of Econometrics*, vol. 39(1), pp. 199-211.
- Herzer, D. and Nowak – Lehmann, F. (2006), „Is there a long – run relationship between exports in Chile“, *Applied Economic Letters*, vol. 14, iss. 15, pp. 981 – 986.
- Holmes, M. J. (2004), „Current account deficits in the transition economies“, *Prague Economic Papers*, vol. 2004(4).
- Holmes, M. J. (2006), „How sustainable are OECD current account balances in the long run?“, *Manchester School Working Papers*, vol. 74, iss. 5.

- Husted, S. (1992), „The emerging U.S. current account deficit in the 1980s: a cointegration analysis“, *Review of Economics and Statistics*, vol. 74, pp. 159-166.
- Narayan, P. K. and Narayan, S. (2005), „Are exports and imports cointegrated? Evidence from 22 least developed countries“, *Applied Economics Letters*, vol. 12, pp. 375-78.

LONG RUN RELATONSHIP BETWEEN IMPORTS AND EXPORTS IN REPUBLIC OF MACEDONIA: APPLIED COINTEGRATION AND ERROR CORRECTION MODEL

Marija Trpkova - Nestorovska M.Sc.

Abstract

This paper examines the long run relationship between the imports and the exports in Republic of Macedonia. Confirming the long run relationship between imports and exports means foreign trade stability and sustainability of the current account deficit. The long run relationship also means effective macroeconomic policy in its goal to set the imports and exports in the state of the long run equilibrium.

The research uses monthly data for period January 2004 – June 2013. The research methodology includes testing for stationarity of the time series, tests for lag length, Granger causality testing, Johansen cointegration test and error correction model.

Granger causality was confirmed in this research, in a way that the exports causes the imports, also the existence of one cointegration equation was confirmed, or a long run cointegration relationship. The error correction model confirmed long run and short run causality between the imports as dependent variable and the exports as independent variable.

Keywords: *imports, exports, cointegration, error correction model.*

**ЕВОЛУЦИЈА НА УЛОГАТА НА
ИЗВРШНИТЕ ДИРЕКТОРИ ЗА
ИНФОРМАЦИИ ВО БИЗНИСОТ
- КОМПАРАТИВНА СТУДИЈА**

М-р Никола Левков

Апстракт

Како резултат на динамичните промени кои се случуваат во доменот на информационата технологија и на глобалниот бизнис главните менаџери за информации се соочуваат постојано со нови предизвици. Таквите промени во значајна мера ја одредуваат организациската улога на информационите менаџери. Проблемите кои се појавуваат во бизнисот како резултат на слабиот поврат на инвестициите во ИТ креираат дополнителен притисок врз информационите менаџери и ја загрозуваат иднината на нивната позиција. Поголем број на релевантни институти, професионални здруженија и стручни списанија вршат повеќегодишни истражувања и издаваат различни извештаи во кои ги презентираат главните активности на информационите менаџери. Овој труд врши критичка компаративна анализа помеѓу теоретските согледувања и емпириските резултати, со цел да се увидат клучните активности кои ја детерминираат улогата на информационите менаџери.

Клучни зборови: *главен информационер менаџер, ИТ предизвици, улога на информационер менаџер, стратедиска улога, трансформациона улога.*

Вовед

Промените кои се случуваат во одговорностите на информационите менаџери, главно, се резултат на сè поинтензивната дигитализација на бизнисот во правец на следење на трендовите на дигиталната економија. Скоро секоја интеракција која настанува помеѓу потрошувачот и бизнисот, помеѓу самите бизниси, вработените и бизнисот, како и помеѓу владата и бизнисот станува сè повеќе дигитална. Бизнисот сè поинтензивно се потпира на информационата технологија која е вградена во производите,

процесите и одлуките, а тоа, пак, од друга страна е главниот катализатор за подобро разбирање на улогата на главниот менаџер за информации (P.Weill, S.L. Woerner, 2013).

Улогата на главниот директор за информации¹ во бизнисот е проткаена со многу нејаснотии. Во последните 30 години улогата на главниот директор за информации била проучувана од голем број на академски истражувачи и практичари. Иако голем број на публикации се објавени кои ја третираат оваа проблематика, сепак контроверзните размислувања сè уште доминираат. Генезата на овој проблем е веројатно во повеќегодишните проблеми кои бизнисите ги доживуваат поврзани со инвестициите во ИТ и дискутабилните користи кои ги остваруваат. Како главен виновник кој се истакнува за ваквите неуспеси е главниот менаџер за информации (J.Peppard, C.Edwards и R.Lambert, 2011).

1. Улогата на извршните директори за информации во минатото

Во едно интервју Стив Џобс изјавува: „Не можеш добро да разбереш што се случува сега доколку не знаеш што се случувало претходно“ (L. Berlin 2005). Во контекстот на оваа изјава, потребно е да ги објасниме почетоците во развојот на организациската улога на главниот директор за информации за да можеме да зборуваме за сегашноста и евентуално да ја насетиме иднината. Историски гледано, улогата на главните менаџери за информации доживува голема еволуција. Оригиналната улога на извршниот директор за информации во почетоците на компјутерската ера всушност е индивидуа која има техничко компјутерско знаење, која управува со релативно незначајна функција во претпријатието и која врши електронско процесуирање на податоците. Некаде во периодот по 1977 година доаѓа до релативно созревање на дејноста и главната одговорност на информациониот менаџер е во намалувањето на оперативните трошоци и во зголемувањето на системската ефикасност во работењето. Сè уште во овој период овие профили на кадри биле изолирани и имале мала социјална интеракција со другите луѓе од доменот на бизнисот. Во 80-те години на дваесеттиот век улогата на извршниот директор за информации започнува да еволуира во служење на организацијата преку обезбедување, одржување и имплементирање на технолошка инфраструктура за процесуирање и складирање на информациите во компанијата (M.Chun и John Moony, 2009). Во деведесеттите години нивната улога доживува уште поголема

¹ Во понатамошниот дел од текстот се употребуваат неколку различни термини како замена за англискиот термин CIO – Chief Information Officer кои упатуваат на исто значење и позиција во деловните организации. Термините главен директор за информации, информационер менаџер, менаџер на информации, ИТ менаџер упатуваат на иста позиција, иако семантички се различни.

промена и за прв пат некаде во средина на 90-те е воведена титулата (CIO – Chief information officer) главен директор за информации. Во овој период старите менаџери за информации имаат потреба да ја трансформираат својата улога од технички менаџер кон улога на технички и бизнис менаџер, способен да врши воспоставување на информациона системи на начини кои ќе креираат вредни информации за остварување конкурентска предност. Во овој период, пред нив се појавуваат нови функции, како што се: стратешко планирање и контрола на технологијата, менаџмент на ИТ архитектура, развој на ИТ стандарди, управување со човечки ресурси. Во овој период, сè повеќе информациона менаџери започнуваат да одговараат директно на генералниот менаџер на компанијата, а повеќе од половина од нив стануваат високи менаџери. Исто така, истражувањата покажуваат дека во периодот на 90-те примарните фактори кои ја детерминирале улогата на извршниот директор за информации биле од интерна природа во рамките на самата организација. Дури во периодот по 2000-та година се истакнуваат екстерните фактори кога и се укажува на тоа дека сите функции на деловните организации стануваат силно зависни од информациона технологија, како оперативно, така и стратешки (M.Chun и John Moony, 2009).

Во годините по 2000-та сè поинтензивни дебати се присутни во врска со ефективноста и адекватноста на улогата на главниот директор за информации. Контроверзите одат дотаму што некои тврдат дека улогата на менаџерот за информации е излишна по својата природа, додека други укажуваат дека тој е еден од менаџерите кој е главна замена за генералниот менаџер на компанијата. Како резултат на таквата критика, менаџерите за информации сè повеќе започнуваат да се фокусираат на бизнис приоритетите. За да можат да направат таква преориентација на својата улога, менаџерите на информации потребно е да поседуваат вештини во две главни области и тоа: технологија и бизнис. Клучните технички вештини кои се истакнуваат се: ИТ архитектура, ИТ безбедност, техничко трошење и алокација на буџет, градење на односи и раководење. Бизнис вештини кои се истакнуваат во овој период се: управување со богатството на акционерите, управување со перформанси и влијание врз извршните директори за иницирање и спроведување на стратешки иницијативи (M.Chun и John Moony, 2009).

2. Кој е всушност (CIO – Chief information officer) - извршниот директор за информации?

Креирањето на самиот термин CIO (chief information officer) – главен менаџер на информации се поврзува со еволуцијата на улогата на информациона технологија во бизнисот. Почнувајќи од едноставна поддршка и автоматизација на рутинските задачи, информациона

технологија станува главен двигател во остварувањето на конкурентска предност, стратегиска промена и иновација. Новата улога на менаџерот за информации бара од него промена на фокусот од технологија кон информации и едновремено искористување на користите од информации и технологија. Новата улога на менаџерот за информации го нагласува значењето на информацијата над технологијата, компанијата над функцијата и стратегијата над операции. И покрај тоа што ваквата промена предизвикува зголемување на значењето на менаџерот за информации, во менаџерската структура на компаниите пред нив се појавија голем број предизвици. Причината за појава на таквите предизвици е тоа што голем број од бизнис менаџерите сметаат дека ИТ претставува само поддршка и административен трошок кој треба да се минимизира додека други бизнис менаџери сметаат дека ИТ овозможува значајни стратегиски можности (M.Chun и John Moony, 2009).

Ваквата фундаментална дихотомија е во срцето на различните перцепции за улогата, работните задачи и резултати кои менаџерот за информации треба да ги оствари. Оригиналната дефиниција на главниот директор за информации е извршен директор одговорен за воспоставување на корпоративна информациона политика, стандарди и менаџмент контрола на сите корпоративни информациона ресурси. Ваквите одговорности на менаџерите за информации биле соодветни за периодот некаде пред 30 години, но денес, бидејќи компаниите стануваат сè посилено зависни од информациона технологија бројот и видот на одговорности и вештини значајно се диверзифицирани. Главно, може да се идентификуваат три причини кои придонесуваат кон погрешно разбирање на улогата на извршниот директор за информации: 1) Разликата помеѓу корпоративен директор за информации и директор на информации на деловна единица. 2) Неконзистентната употреба на ознаките ИТ директор и главен директор за информации. Терминот главен директор за информации е повеќе присутен во САД, додека терминот ИТ менаџер е својствен за компаниите во Европа. Најчесто ознаката ИТ менаџер нема голема поврзаност со стратегијата и растот на компанијата, туку фокусот е повеќе на самата технологија, додека главниот директор на информации е фокусиран на стратегиска примена на информациите и ИТ, со цел креирање конкурентска предност. 3) Застарен поглед кон улогата на директорот за информации. Погледот кон улогата на директорот за информации како на менаџер кој, е главно, фокусиран на примена на информациона технологија за поддршка на оперативните процеси е застарен (J.Perppard, C.Edwards, R.Lambert, 2011).

3. Клучни улоги и одговорности на извршните директори за информации

Предизвиците со кои се соочуваат информациите менаџери во својата улога се мултиплицираат и растат со огромна брзина и комплексност. Дали станува збор за главен информациона или главен иновативен менаџер или, пак, можеби главен интегратор или за информациона менаџер сè уште претставува дебата од која произлегуваат голем број очекувања и барања кои се испречуваат пред оваа улога. Изгледа дека директорот за информации претставува низа од улоги и одговорности. Годишниот извештај на CIO Connect horizons study укажува дека „Единствената работа на којашто извршните менаџери на информации можат да сметаат е постојаната несигурност во секој аспект од нивниот живот“ (C.S. Chan, 2011).

Одговорноста на менаџерот за информации да управува со интерната функција на информациите системи која треба да биде добро усогласена со бизнисот и да овозможи промена во бизнис процесите е добро позната веќе подолго време. Меѓутоа, како што ИТ е сè пошироко распространета и станува интегрален дел од бизнисот, улогата и одговорностите на информациите менаџери континуирано еволуираат. Сè повеќе се зборува за стратег за бизнис технологија, односно стратегски бизнис лидер, кој ја користи технологијата како алатка за креирање на конкурентска предност (M.Carter, V.Grover, J.B.Thatcher, 2011).

Различни автори во своите публикации идентификуваат различни одговорности кои се дел од описот на работата од страна на информациите менаџери. Голем е опсегот на улоги и позиции во организациската структура кои ги заземаат информациите менаџери. Петте основни улоги кои се идентификувани од страна на Cash и Pearlson се: бизнис стратег, ИТ стратег, агент за промени, застапник на технологија и ИТ функционален лидер (P.A.Laplante, D.M.Bain, 2005).

Улогата на бизнис стратег на информациониот менаџер означува дека тој треба да биде способен да ги изнајде најдобрите бизнис практики кои ќе обезбедат зголемување на користа за организацијата со едновремено намалување на трошоците. Улогата на ИТ стратег на извршниот директор за информации всушност претпоставува обезбедување на одговор на неколку клучни стратегски прашања: Која стандардна платформа ќе ја користиме? Дали ќе користиме софтвери со отворен код? Дали ќе купуваме готов софтвер или ќе вршиме развој на сопствен софтвер? Дали ќе користиме единствено интегрирано решение и ќе ризикуваме да бидеме заклучени од страна на понудувачите на ИТ услуги или, пак, ќе користиме хетероген пристап и ќе ризикуваме да креираме цилиндрична архитектура? Одговорот на овие прашања всушност го детерминира правецот на стратегиската позиционираност на информационата технологија во организа-

цијата. Улогата на агент за промени на директорот за информации всушност означува негово настојување постојано да биде мотор на промени во организацијата засновани на користење на напредната информациона технологија. Многу често неговите настојувања за промени треба широко да ги надминат секторските бариери и да влијаат на интеграција на целокупната организација.

Улогата на застапник за технологија всушност означува интелегентна изградба на технолошка инфраструктура, но и залагање за нови технолошки стандарди, платформи и производи. Исто така, може да означува и привлекување на најквалитетниот ИТ кадар во сопствениот ИТ сектор. Иако информационите менаџери, главно, се занимаваат со поддршка на големи ИТ системи, сепак, во зависност од големината на организацијата, тие понекогаш треба да бидат вклучени и во обезбедување на десктоп поддршка. Сепак, сфаќањето дека извршниот директор за информации треба да биде технолошки супериорен е мит. Секако дека тој треба да поседува одредено ниво на технички способности, но организациските, буџетските и проектните способности се далеку позначајни во споредба со техничката професионалност (P.A.Laplante, D.M.Bain, 2005).

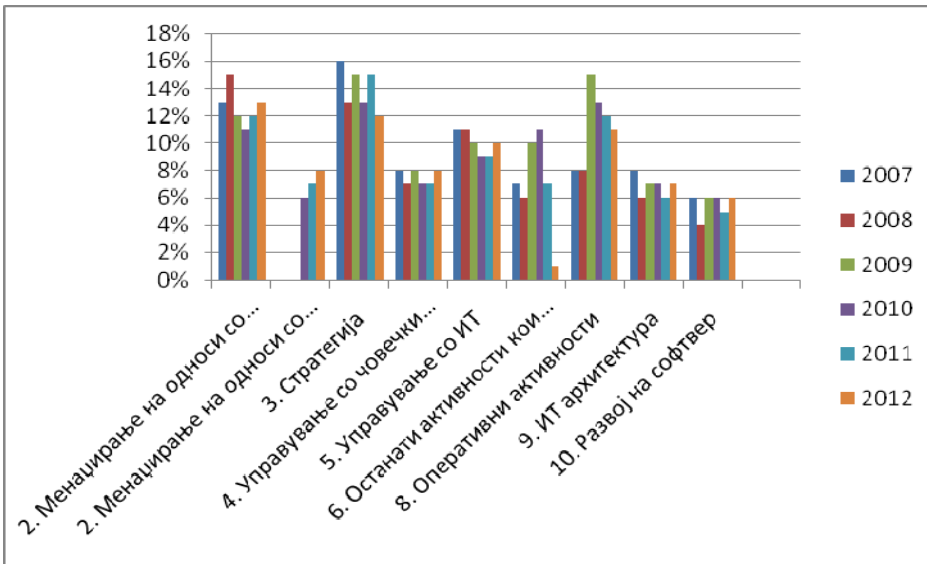
4. Компаративна анализа

При спроведување на компаративната анализа се користат податоци од истражувањата на два релевантни извори и тоа: Здружението на информациен менаџмент и магазинот СЈО. Ваквите организации во подолг временски период преку годишни извештаи ги истражуваат клучните ИТ предизвици со кои се соочуваат главните директори на информации. Клучното прашање на кое се бара одговор преку споредување на резултатите од двата извора е: Кои се активностите на кои главните менаџери за информации доминантно го трошат своето работно време? Одговорот на ова прашање треба да помогне во опишување на улогата што ја имаат информационите менаџери денес во организацијата, а споредбената анализа по години да се обиде да идентификува одреден тренд кој постоел во минатото и да се направи обид да се насети иднината.

Графиконите бр. 1 и бр. 2 ги претставуваат трендовите по години од аспект на главните активности на кои информационите менаџери претежно го трошат своето време. Резултатите кои се сумирани на графиконот 1 се извлечени од публикациите на Здружението на информациен менаџмент, додека податоците на графиконот бр. 2 се сумирани од повеќегодишните извештаи на СЈО магазинот. На вертикалната оска на графиконите е прикажано времето изразено во проценти кое менаџерите го поминуваат на одредена активност, додека на хоризонталната оска се прикажани различните видови на активности кои тие ги извршуваат.

Она што е забележително од самите резултати, тоа е дека информационите менаџери доминантно своето време го трошат на нетехнички работи, односно фокусот е на менаџерските активности. Од графиконот 1 можеме да видиме дека доминираат активностите како: менаџирање на односите со бизнисот и ИТ персоналот, фокусот е на креирање на стратегијата и управувањето со човечките ресурси во ИТ секторот. Доколку се земат предвид и другите активности кои не се поврзани со ИТ, со сигурност може да се каже дека информационите менаџери, главно, се занимаваат со менаџмент активности, а многу помалку со технички активности. На графиконот 1 може да видиме дека постои релативно стабилна дистрибуција на овие активности за последните 5 години со незначителни осцилации.

Графикон бр. 1. Главни активности на кои менаџерите за информации доминантно го трошат своето време во периодот 2007-2012 година.

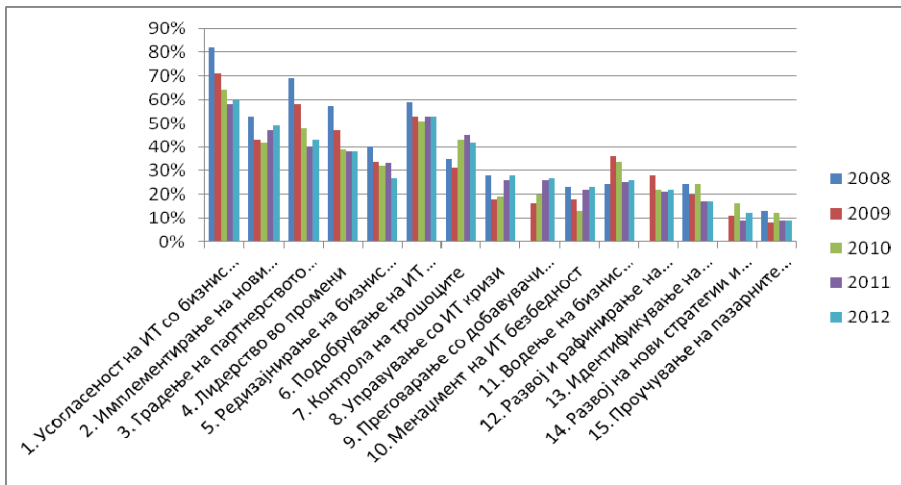


Извор: J. Luftman, B. Derksen, *Key issues for IT executives 2012: Doing more with less*, (11:4) | *MIS Quarterly Executive*, December 2012.

Доколку се погледнат резултатите на графиконот бр.2 од другиот извор СЈО магазинот може да се види дека главните менаџери на информации исто така доминантно се занимаваат со менаџерски активности, како усогласување на ИТ со бизнис целите, градење на партнерство помеѓу бизнисот и ИТ, лидерство во спроведување на промени. Забележителен е тренд на благ, но постојан пораст на значењето на преговарањето со добавувачите на ИТ услуги како активност што е веројатно резултат на сè поинтензивното влијание на „cloud computing” како нов ИТ и бизнис модел на услуги. Веројатно сè повеќе компаниите

користат ИТ услуги во облик од надворешни ИТ добавувачи што придонесува преговарањето со нив како активност на информациите менаџери да станува сè позначајна. Доколку подетално се проанализираат податоците на графиконот бр. 2, може да се види дека повторно се потврдува доминацијата на менаџмент активностите на сметка на техничките, меѓутоа активности кои силно ги потенцираат промените во повеќе сегменти.

Графикон бр. 2. Главни активности на кои менаџерите за информации доминантно го трошат своето време во периодот 2007-2012 година.



Извор: Преземено и прилагодено од извештаите *The state of the CIO annual survey*, CIO Magazine 2008-2012 CIO.com

Сè позначајна станува трансформационата улога кај информациониот менаџер како лидер во организацијата кој треба да придонесе кон воведувањето на нови системи и архитектура, редизајн на процеси, креирање на бизнис иновација, откривање на нови пазарни можности за нови производи и услуги и сл. Забележителен е истиот тренд кој беше присутен и на графиконот бр.1 на пораст на значењето на преговарањето со добавувачите на ИТ услуги. Оттука, можеме да кажеме дека компаративната анализа ни дава еден сигнал дека преговарачките способности до добавувачите на ИТ услуги во иднина ќе станува сè позначајна.

Забележително е дека контролата на трошоците и ИТ буџетирањето добива особено значење веднаш по 2008-та година, односно веднаш по светската финансиска и економска криза. Смалувањето на трошоците за ИТ проектите станува приоритетна активност, но можеме да забележиме дека трендот доживува врв во 2011 година и полака почнува да опаѓа во 2012 година. Паралелно со овој тренд, можеме да видиме дека бизнис иновативноста повторно заживува која беше значително во опаѓање како

резултат на смалување на ИТ буџетите под влијание на глобалната финансиска криза. Ова, всушност, е уште една поткрепа на трансформативната и на стратегиската улога на информациониот менаџер која станува сè позначајна за сметка на функционалната која во иднина, веројатно, ќе станува помалку значајна.

Заклучни согледувања

Врз основа на компаративната анализа може да се извлечат три главни заклучоци, поврзани со улогата на главните директори на информации: Прво, улогата на информациониите менаџери доминатно ја детерминираат менаџмент активности за сметка на техничките активности, затоа што некаде две третини од своето работно време тие го поминуваат на менаџерски активности. Второ, активностите кои ја потенцираат стратегиската и трансформативната улога на информациониот менаџер стануваат сè позначајни и по завршувањето на глобалната финансиска криза ќе бидат доминантни за сметка на функционалните одговорности. Тоа значи дека информациониите менаџери, главно, ќе имаат влијание врз креирањето на бизнис стратегијата и ќе бидат мотор на промени во организациските процеси, производи и услуги. Трето, значајна станува преговарачката способност со добавувачите на ИТ услуги често понудени преку процесуирање во облак, бидејќи голем број на организации почнуваат да обезбедуваат ИТ услуги за своите компании, користејќи го овој нов бизнис и технолошки модел. Успешното користење на такви услуги претпоставува способност на главниот менаџер на информации за менаџирање на односите со добавувачите на ИТ услугите.

Библиографија

- L. Berlin, *The man behind the microchip Robert Noyce and the invention silicon valley*, Oxford University Press, 2005.
- C.S.Chan, *The changing face of the CIO April/May – Defining your core role and how to excel as a modern lieder of IT*, Enterprise innovation, 2011.
- M.Carter, V.Grover, J.B.Thatcher, *The Emerging CIO Role of Business Technology Strategist*, MIS Quarterly Executive Vol. 10 No. 1 / Mapr 2011.
- J.Luftman, B.Derksen, *Key issues for IT executives 2012: Doing more with less*, December (11:4) | MIS Quarterly Executive, December, (2012).
- J. Luftman, H.S. Zadeh, *Key information technology and management issues 2010–11: an international study*, Journal of Information Technology 26, 193–204, (2011).
- J. Luftman, T. Ben-Zvi, *Key issues for IT Executives 2010: Judicious IT Investments Continue Post-Recession1*, MIS Quarterly Executive Vol. 9 No. 4 / Dec (2010).
- J. Luftman, T. Ben-Zvi *Key Issues for IT Executives 2009: Difficult Economy's Impact on IT*, MIS Quarterly Executive Vol. 9 No. 1 / Mar (2010).

- J. Luftman, R.Kempaiah, E.H. Rigoni, Key Issues for IT Executives 2008, MIS Quarterly Executive Vol. 8 No. 3 / Sep (2009).
- P.A.Laplante, D.M.Bain, The Changing Role of the CIO: Why IT Still Matters, IEEE Computer Society May/June, 2005.
- J. Mooney, M. Chun, CIO roles and responsibilities: Twenty-five years of evolution and change, Information & Management 46, 2009, 323-334.
- J.Peppard, C.Edwards, R.Lambert, Clarifying the Ambiguous Role of the CIO”, MIS Quarterly Executive Vol. 10 No. 1 , March, 2011.
- P.Weill, S.L. Woerner, The future of the CIO in a digital economy, MIS Quarterly Executive, (12:2) June, (2013).
- 2012 State of the CIO SURVEY, Exclusive Research from CIO magazine, COPYRIGHT CXO MEDIA January, 2012.
- 2011 State of the CIO SURVEY, Exclusive Research from CIO magazine, COPYRIGHT CXO MEDIA January, 2011.
- 2010 State of the CIO SURVEY, Exclusive Research from CIO magazine, COPYRIGHT CXO MEDIA January, 2010.
- 2009 State of the CIO SURVEY, Exclusive Research from CIO magazine, COPYRIGHT CXO MEDIA January, 2009.
- 2008 State of the CIO SURVEY, Exclusive Research from CIO magazine, COPYRIGHT CXO MEDIA January, 2008.

THE EVOLUTION OF CIO ROLE IN BUSINESS – COMPARATIVE STUDY

Nikola Levkov M.Sc.

Summary

Due to the dynamic changes occurring in the field of information technology and global business, chief information officers are constantly faced with new challenges. Such changes significantly determine the organizational role of IT managers. The problems that arise in business, due to low return on investment in IT create additional pressure on IT managers and endanger the future of their position. A number of relevant institutions, professional associations and journals carried long-term investigation and issued various reports which present the major activities of IT managers. This paper performs a critical comparative analysis between, theoretical considerations and empirical results in order to realize the key activities that determine the role of chief information officer.

Key words: *chief information officer, IT challenges, CIO role, strategic role, transformational role.*

УДК:339.13:339.738
(4-672ЕУ)

INFLUENCE OF THE EURO CRISIS ON THE PROSPECTS OF THE EUROPEAN SINGLE MARKET

Elena Makrevska Disoska
Ph.D.

Abstract

There is a growing concern about the future of the European Monetary Union (EMU) and the sustainability of the Euro. In order to face with the crisis, the Union takes measure in order to stabilize the macroeconomic imbalance. But as much the creators of the macroeconomic policy are trying to integrate the EMU, the politics and economics of the wider Union are likely to diverge. This paper presents three possible scenarios how the Euro crisis might develop: first, Euro will survive with further financial support from the Union to the member states with financial and structural problems; second, EMU will eliminate the countries which have large deviations from the Maastricht Criteria that might lead to full break-up of the EMU; third, the Euro zone will split into two regions and introduce two currencies: North Euro and South Euro. In any possible scenarios for how the Euro crisis might develop would adversely affect the Single market. Having in mind that the Single Market is the basic core of the functioning of the EMU, the Union must find the best solution to deal with the crisis in order to minimize the cost of the Single Market.

Key words: *Single marker, Euro zone, Euro crisis, sustainability, imbalance.*

Introduction

The establishment of the European Single Market is one of the biggest successes of the European Union (EU). As Mario Monti (2004) said "A fully robust and fully operational Single market is the main vehicle for economic union". The creation of the Single Market enabled the Union to grow into a higher level of regional integration - monetary union. The creation of the European Monetary Union meant successful launch of the Euro in January 1999

and loss of the independence of the national central banks. After the establishment of the Single Market, the EU moved directly to the creation of a monetary union, without having secured full functioning of the economic union, which was a major flaw in the regional integration process. Although convergence in interest rates was achieved and there was an increased fiscal integration, the Euro zone did not achieve proper allocation of capital, which is confirmed by the creation of price bubbles and high budget deficits of the member states. The reason underneath is that there was low harmonization of fiscal policies of the member states of the Union, which has become a major problem with the emergence of the global financial crisis. The crisis has not only affected the Union's internal balance through increased fiscal spending, but in turn, these developments were reflected with disruption of the Union's external balance. During the last decade of the twentieth century, the EU is gradually losing positions in the world markets and continues to widen the negative trade balance.

Therefore, developing countries and emerging economies, among which are the most notable BRICS economies - Brazil, Russia, India, China and South Africa, as well as Indonesia, Nigeria, Mexico, the Philippines and Turkey, created 49% of world GDP and their share in the volume of the world trade is constantly increasing. Through the establishment of trade relations with the countries in the world, BRIC economies have achieved significant rates of economic growth in a short period of time. In 1999, the share in the value of total world export and import of the BRIC economies amounted 8.6% and 6.5% respectively, while in 2010 their share increased significantly to 20.9% and 18.1% (Eurostat, 2011). On contrary, the export and import of the EU in the world trade is lowering from 20% and 19,5% in 1999 to 16% and 17,3% in 2010, respectively.

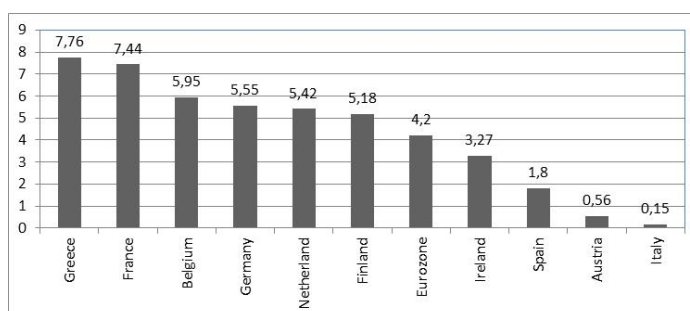
Thus, the effect of the crisis revealed significant shortcomings of the EU in the structure of exports, the different economic structure of the member countries, the various and unsynchronized measures that countries applied in order to face the consequences of the crisis, etc. It certainly created a negative trade balance, which was not only a result of the impact of the global financial crisis. High trade deficits coupled with significant losses in competitiveness, a high level of public and private debt; unsustainable increase in property prices suggests deeper structural problems, and indicates a lack of cohesion between the member states of the Union. The crisis highlighted the long-term challenges for the Union, such as demographic factors and the need for acceleration of technological production and innovation. Europe 2020 set out a vision of Europe's social market economy for the 21st century, aiming to turn the EU into a smart, sustainable and inclusive economy that delivers high levels of employment, productivity and social cohesion (Eurostat, 2012). The Union must face these challenges in order to follow the rapid penetration of emerging economies in world markets and sustain the leading positions on the world trade markets.

1. Current problems of the Union

Resolving the current problems of the Union is of historical significance. Therefore it requires careful use of the policy measures of the EU in order to restore the macroeconomic balance. Anti crisis policy that has been currently applied by the ECB implies expansionary monetary policy by reducing interest rates and the use of quantitative release, i.e. redemption of financial assets from banks that typically have high credit risk in order to increase the liquidity of the banking sector. Most important of all is that the banks are funded by the European Central Bank, while household deposits slowly but steadily drain from their balance sheets. This process is mostly characteristic of the countries that face the greatest problems in the banking sector such as: Greece, Spain, Portugal and Italy. For example, in Greece a sudden withdrawal of deposits in Euros amounted to more than 900 million per day in May and June 2012 (Schuman, 2012). In Spain though, the outflow of deposits stagnated at 1.2 billion Euros within two days during May 2012 (European Central Bank, 2013).

Low bank capitalization persists in many countries despite the EU requirement that banks in 2012 reach a ratio of a minimum of 9% of the best quality “Core Tier-1” capital to risk-weighted assets, in excess of the current international requirements. Increasing the capacity of European banks to absorb losses by increasing their capital relative to assets needs to be addressed in the upcoming years. If the Euro area’s largest banks were to move to a 5% standard, the current capital shortage is estimated at around 400 billion Euros (4¼ per cent of Euro area GDP). This is not just a problem for banks in the “periphery” – there could be large capital needs in the major Euro area countries such as France, Germany, Netherland and Finland (table 1). Future capital needs could be lessened if banks were required to separate commercial banking and market activities, reducing the total assets of the banking business. Moving towards a stronger banking system would help to rebuild confidence and get credit flowing again (OECD, 2013).

Table 1. Required increases in capital of large banks to reach 5% of total assets, in % of GDP



Source: OECD, (2013): *OECD Economic Outlook*, Vol. 2012/2

On the contrary, loss of confidence in the domestic banking sector and more generally in the Euro area can cause major negative consequences for the Union. Large outflow of capital can cause a weakening in the banking system in these countries. This in the long run can mean exit of the countries from the Euro zone, freezing deposits in domestic banks and their conversion into domestic currency. Domestic currency of these countries in this case would experience high devaluation against the Euro.

Unfortunately, the European Central Bank cannot prevent this occurrence. As long as the bond yields and interest of the deposits are high, and the economic growth is weak, national governments and banks will face reduced capacity to service their obligations. Moreover, the fear of national governments to face a banking crisis makes their bonds riskier and compulsorily increases their yields. This points out to the uncertain future of the Euro zone. Fears of the famous economists: Nouriel Roubini, Paul Krugman and Nial Ferguson are that the crisis will be a repetition of the Great Depression (1931 - 1933). They also consider that it is likely that the crisis will escalate into military unrest and conflicts due to the inability to be solved. I consider these assumptions to be unrealistic and do not agree with this point of view. Although there are many similarities in the manifestation elements of the Great Depression and the global financial crisis, the experience and losses for the countries, especially for Germany, from the events after the Great Depression and World War II have been devastating. Therefore, it is not to be expected that European countries would allow repeating of such a scenario.

2. Plausible outcomes of the Euro crisis

In the context of the presented challenges of EMU, there are several views on what will be the future of the Euro zone. *The first view* refers to the further financial support from the Union to the member states that have financial and structural problems in their economies. Therefore in May 2010 the European Union and the Euro area Member States set up a stabilization mechanism that consists of: the European Financial Stabilization Mechanism (EFSM) and the European Financial Stability Facility (EFSF) on temporary basis until 30.06.2013. In addition, in October 2012 the European Stability Mechanism (ESM) was introduced on permanent basis. Alongside with the EFSM, EFSF and ESM, funding is also available from the International Monetary Fund (IMF) and ECB (European Central Bank) for purchases of sovereign debt on secondary markets (European Commission, 2012).

Negativity in this strategy is that such funding will cover costs that were used for unproductive purposes. Instead, future funding should be directed towards productive purposes to ensure higher rates of economic growth in the future, which will be able to compensate the current losses. Negative experiences of the EU member states from the asymmetric shocks caused by the

global financial crisis should accelerate the decisions of the national governments of the member states in the implementation of budget reform and reforms in the labor markets. It would also contribute to improving the economic situation of countries and their competitiveness. This can also increase the confidence in the Union and support the process of further enlargement of the Union.

The *second view* suggests that EMU eliminates the Member States which have large deviations from the Maastricht Criteria. There is evidence that as early as 1998 four professors from Germany: Joachim Starbati (University Tuebingen), William Henkel (University of Cologne), Karl Albrecht and William Nolting filed a lawsuit against the introduction of the Euro by Greece. They generally opposed to the introduction of the Euro due to the unpreparedness of the countries. They considered the entrance of Greece into the Euro zone unacceptable, primarily because of the weak economic power of the country (Starbatty, 2010). They proved to be right, as the problems of the Euro zone escalated during the economic crisis. The situation might have been different if Greece had not been accepted as a member state back in the time. However, an exit from any country from the Euro zone at this point can cause bigger problems to the Union.

The negative in this case is that by leaving the Euro zone, the economically weak countries will experience increase of their domestic interest rates. That will cause a drop in the standard of living and depreciation of their domestic currency against the Euro. Therefore it will lead to demand for higher wages and inflation will be a real consequence of such developments. Also, the value of the Euro will appreciate against the currencies of countries that would leave the Euro zone, but it will depreciate against the other world currencies.

Withdrawal from the Single currency from one or more members could cause full break up of the Euro. An exit of one country would lower the confidence that would cause further withdrawals. In the course of these events, it is very likely that the euro zone would end up either completely fragmented or much reduced in size – that is, without Greece, Italy, Spain, Portugal and Ireland. However, that does not solve the problems of the Union.

Also according to Athanassiou (2009), within the Euro zone there is no law under which the country may voluntarily depart from the Euro zone. Thus, if a country wants to give up membership from the Euro zone and wants to replace the Euro with its domestic currency, it must renounce the membership in the Union as a whole. That would mean give up on the benefits provided by the functioning of the Customs Union under Article 49a in Lisbon Treaty (2009):

“....A Member State which decides to withdraw shall notify the European Council of its intention. In the light of the guidelines provided by the European Council, the Union shall negotiate and conclude an agreement with that State, setting out the arrangements for its withdrawal, taking account of the framework for its future relationship with the Union. That agreement shall be negotiated in accordance with Article 188 N(3) of the Treaty on the Functioning of the

European Union. It shall be concluded on behalf of the Union by the Council, acting by a qualified majority, after obtaining the consent of the European Parliament. The Treaties shall cease to apply to the State in question from the date of entry into force of the withdrawal agreement or, failing that, two years after the notification referred to in paragraph 2, unless the European Council, in agreement with the Member State concerned, unanimously decides to extend this period..."

Generally the problems of the Union can be "divided" between countries. The southern countries in the Euro zone are trapped in recession and cannot restore their competitiveness by devaluating their currencies and on the other hand, the northern countries in the Euro zone are being asked to compromise their values of prudent financial policies and act as 'deep pockets' expected to finance the South through endless bailouts. This situation risks the outbreak of serious social unrest in southern Europe and deeply undermines public support for European integration in northern European countries. The Euro, instead of strengthening Europe, produces divisions and tensions that undermine the very foundations of the European Union and the Single Market. Considering this situation the *third solution* will be if the Euro zone split into two regions (European Solidarity Manifesto, 2013).

An economically stable core of Europe will be one region and the "profligate" countries in the Mediterranean will be members of the other region. The stable core would consist of countries like: Germany, France, Netherlands, Belgium and Luxemburg. The other region of Mediterranean countries would consist of Greece, Portugal, Spain and Italy. According to Alderman (2010) there will be a North-South division, which will stimulate the Mediterranean countries to reduce their budget deficit and to join the South region. But, where will Ireland belong? According to the economic performances it belongs in the South, but according to the geographic location it is in the North. That will cause problems to the intra trade. The separation of the two regions cannot be that easy even in the terminological sense. Also in order to be achieved institutional adoption and introduction of two different "Euros" it will take too much time (just for comparison three years were needed for the introduction of the Euro).

3. Influence of the possible outcomes of the Euro crisis on the Single market

The main challenge for the EU is whether to accede to full withdrawal from the Euro, which will cause economic and political consequences for the Union, or to boost funding and increase solidarity among Member States. Solidarity between Member States would mean willingness European lenders, primarily Germany, to continue with further funding and willingness of debtor countries to accept support and comply with the set rules. Furthermore, the EU is taking measures in order to create real banking union and higher coordination

between the fiscal policies of the member countries. That would mean a much stronger centralization of oversight – at least within the Euro zone itself.

It is likely that the EU will accede to the *first view*, i.e. will continue with further financial support to countries with financial and structural problems in order to preserve its geographical boundaries. However, this policy is sustainable only in the short term. If funding fails to produce the desired effects in order to strengthen the economic strength and competitiveness of economies, the Union will have to face scenarios that are not in favor of its future, like the second and third view.

However, even this positive scenario entails risks for the single market and European integration. Thus, over time, there would be pressure by Euro zone authorities to impose similar standards for non-euro EU banks as they do for Euro zone banks. In fact, the recent proposals by the European Commission on the single supervisory mechanism (SSM) for financial institutions implicitly assume that EU member states outside the Euro zone will follow the rules set by the ECB. If member states such as the UK do not accept this, Euro zone legislators might try to limit business with counterparties outside the Euro zone. In other words, deeper integration in the core would come with disintegration in the EU's periphery and shrink the Single market. The UK might try to negotiate a relationship to the EU similar to that of Norway or Switzerland in order to remain part of the Single market for goods (Dullien, 2012).

Our opinion is that although the costs of rescuing the Euro are too high, the cost of its withdrawal is far bigger and unnecessary. If it happens that some countries abandon the Euro, that would probably lead to complete collapse of the Union (*second view*). In that case countries will be able to run an independent monetary policy and perform the conversion of all deposits, credit, and prices in the domestic currency. However, to reduce the possibility of abrupt withdrawal of deposits and collapse of the banking system, the country will freeze deposits and its withdrawal; and will also introduce capital controls to prevent capital flight abroad.

The problem is that the domestic currency will undoubtedly devalue to the economically weaker countries as already mentioned, and it will increase its liabilities, domestic or foreign to be denominated in foreign currency. It not only means lower liquidity of the private sector, but also an increase of the public sector debt. Increased volume of private and public debt will force the country to cut spending or print an additional amount of money that can cause inflation.

And this is only the beginning. With the collapse of the monetary union, global stock prices will fall, many of the banks would fail due to poor balance of payment and the production in countries under the pressure of events would be reduced. With the collapse of the monetary union, countries would re-introduce their domestic currency. That would mean that the economically stronger countries will experience the appreciation of their domestic currency towards economically weaker countries. Stronger currency of the economically stronger countries would influence the reduction of their exports, i.e. by reducing price

competitiveness. In such a situation, these countries in order to protect domestic economies will introduce protectionist measures that would suspend the Single Market. Without free movement of factors of production it is impossible for the union to survive. This means that if the Euro zone ceases to exist, it would mean a complete end to the Union. Returning back to the stages of regional integration as a common market or customs union is theoretically impossible because of the enormous negative effects that will be caused by the collapse of the Euro zone. The similar scenario would happen if the counties accept the *third view*. The difference is that only the north Euro will appreciate compared with the south Euro, but the consequences for the countries will be the same.

4. Future perspectives of the European Single Market

All three presented scenarios create negative effects on the Single Market. The consequence on the Single Market will have important consequences for the EU's influence in global trade negotiations and international economic policy coordination. *First*, emerging markets will be less willing to accept advice from Europe if the general perception is that the old continent is unable to solve its own economic problems sufficiently. This will make it harder for Europe to pursue its interests in international institutions like the G20 or the International Monetary Fund (IMF). *Second*, it will be harder for the EU to negotiate preferential trade agreements and free trade agreements. If the single market is diminished, getting access to it will become less attractive. Other countries around the world could therefore be less willing to make concessions in return for a trade agreement with the EU.

Unfortunately, the Union can not go back into the stages of regional integration and also not get into the next stage of regional integration – political union, either. Even though it is logical to expect that the EU should grow into a Federacy. The most important thing in the process of federalization is homogenization of the regulation and control of the financial institutions in the EU, regulations for the balance of payment and harmonization of the taxation system. What would be the use of this federalization? It would help with EU regulations, to have better enforcement of the structural reforms and hopefully better results. For example, structural reform for increasing the flexibility of the labor market (in the region with same regulation) will increase the competitiveness of the region.

But, the Europeans will never view the Union as the citizens of California and Texas see the American union (Stuvar, 2009). Despite that, if the EMU grew into political union it will make the same mistake as it did with the creation of the monetary union i.e. the Union must ensure fully functioning of the economic union before it goes into higher stages of regional integration. Still, the creation of a political union is not a necessary step for saving the stability of the Union at this moment. Economic and political cooperation is

essential among countries that can stimulate and affect coordination between countries in terms of the application of economic and social policies.

It seems that the European Union is aware of the situation and it is trying to find solution to the problem. The Union recently announce that wants to establish a free trade zone with the USA. The trade negotiations are supposed to be done by 2014. Having in mind that USA is facing the same threat that comes from the emerging economies it is most likely that this regional integration have great chances of success. That way the EU will face the biggest competitor on the world market, USA and make its own ally. Trade between EU-USA is currently worth around 450 billion Euros a year (Eurostat data for 2011). Therefore, the creation of the EU-USA free trade zone will create the biggest regional integration in the world with the market with around 800 million consumers.

Conclusion

The creation of the Single Market is one of the biggest achievements of the regional integration of the European Union. But the outlook for the Single Market for today's perspective is not that bright. Even though there are many scenarios about the future of the Union, there were presented three scenarios that are more likely to happen. If the Union chooses the second or third perspective the full break up of the Union and thus the Single Market is inevitable. Even if the EU choose the first option, which is most favorable, there can be downsize of the Single Market. In each case, the Single market is the one that suffers, and it will never be the same as it was in the 2000s when the Union reached the biggest advantages of the regional integration. The problems of the Euro crisis can not be separated with the Single market.

Therefore, I believe that the establishment of EU-USA free trade zone is a rational decision of the Union. Economically, it will create export and investment opportunities for its member countries and politically it will help the European Union (EU) to preserve its own goals to remain the biggest economic player on the world scene. Larger market will bring new customers for EU exporters, cheaper components for the producers and more competition to make all companies in EU more efficient. Thus, instead of reduced in size and reduced in depth, the Single Market will enlarge in scope and size and will continue to be the driving force of the creation of the economic growth of the EU.

Reference

Alderman, L., (2010): "Europe's Two-Speed Economy: North Vs. South". *New York Times*, [Electronic], Available: <http://economix.blogs.nytimes.com/2010/07/28/europes-two-speed-economy-north-vs-south/>, [10 Mar 2013].

- Athanassiou, P. (2009): "*Withdrawal and expulsion from EU and EMU: some reflections*", Frankfurt: ECB Legal Working Paper Series, No.10.
- Brunsdon, J., (2010): "Spain seeks to reassure EU leaders", *EuropeanVoice* [Electronic], Available: <http://www.europeanvoice.com/article/2010/06/spain-seeks-to-reassure-eu-leaders/68293.aspx>, [15 Mar 2013].
- Dullien, S., (2012): "Why the Euro crisis threatens the European Single Market", European Council of Foreign relations [Electronic], pp.3-5, Available: http://ecfr.eu/page/-/ECFR64_EU_CRISIS_MEMO_AW.pdf, [20 Mar 2013].
- Eurostat, (2012): "*Science, technology and innovation in Europe*", Brussels: European Commission, Available: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-GN-12-001/EN/KS-GN-12-001-EN.PDF, [20 Feb 2013].
- Eurostat, (2011): "External and intra-EU trade: A statistical yearbook, data 1958 – 2010", Luxemburg: European Commission, pp. 14-16.
- European Central Bank, (2013): "*Monthly bulletin February*", Frankfurt: ECB publications, pp. 85-86.
- European Commission, (2013): "*European Solidarity Manifesto*", Brussels: European Commission publications.
- European Commission, (2012): "*European Commission official web page*", Available: http://ec.europa.eu/economy_finance/eu_borrower/efsm/index_en.htm, [16 Feb 2013].
- BBS news (2013): "EU 'growth boost from US free-trade deal", Available: <http://www.bbc.co.uk/news/business-21647540>
- Keading, M., and Voskampr, F., (2010): "*Better implementation of EU Legislation is not just a question of taking Member States to Court*", Netherland: European Institute of Public Administration, working paper 2011/W/01.
- Organization for Economic Co-operation and Development, (2012): "*OECD Economic Outlook*", Washington: OECD publications, vol. 2012/2.
- Organization for Economic Co-operation and Development, (2010): "*Perspectives on Global Development Shifting Wealth*", Washington: OECD , pp. 32-40.
- Schuman, M., (2012): "Is a Greek Exit from the Euro Inevitable?", *Time, Business and money* [Electronic], Available: <http://business.time.com/2012/05/21/is-a-greek-exit-from-the-euro-inevitable/>, [18 Mar 2013].
- Starbatty, J., (2010): "Der Euro-Fighter", *Frankfurter Allgemeine*, [Electronic], Available: <http://www.faz.net/sonntagszeitung/wirtschaft/joachim-starbatty-der-euro-fighter-1652554.html>, [15 Mar 2013].
- Stuward, G., (2009): "'The EU will have to surrender to survive", *Telegraph* [Electronic], Available: <http://www.telegraph.co.uk/comment/personal-view/4954319/The-EU-will-have-to-surrender-to-survive.html>, [25 Feb 2013].
- The Lisbon Treaty* (2007), Available: http://europa.eu/lisbon_treaty/full_text/index_en.htm

ВЛИЈАНИЕТО НА ЕВРО КРИЗАТА ВО РАЗВИВАЊЕТО НА ЕВРОПСКИОТ ЕДИНСТВЕН ПАЗАР

Елена Макревска Дисоска

Апстракт

Постои растечка загриженост за иднината на Европската монетарна унија (ЕМУ) и одржливоста на еврото. Со цел да се соочи со кризата, Унијата презема мерки за да обезбеди макроекономска рамнотежа. Сепак, иако креаторите на макроекономската политика се обидуваат да ја зголемат интеграцијата на Унијата, резултатите сè уште не се видливи. Овој труд презентира три можни сценарија како евро кризата може да се развие: прво, еврото ќе преживее со понатамошна финансиска поддршка од Унијата за земјите членки со финансиски и структурни проблеми, а второ, ќе се елиминираат земјите членки кои имаат големи отстапувања од Мастрихките критериуми, што може да доведе до целосен распад на ЕМУ, трето, еврозоната ќе се подели на два региона и ќе се воведат две валути: северно евро и јужно евро. Во сите можни сценарија за тоа како кризата може да се развие, Единствениот пазар ќе има негативни последици. Имајќи предвид дека Единствениот пазар е основно јадро на функционирањето на ЕМУ, Унијата мора да најде најдобро решение за да се справи со кризата, со цел да се минимизираат трошоците на Единствениот пазар.

Клучни зборови: *Единствен пазар, еврозона, евро криза, одржливост, нерамнотежа.*

