

KNOWLEDGE – International Journal
Vol. 26.1
September, 2018

ISSN 2545 – 4439
ISSN 1857 - 923X

INTERNATIONAL JOURNAL

Institute of Knowledge Management

KNOWLEDGE



Vol. 26. 1
Scientific Papers

SOCIAL SCIENCES



KIJ

Vol. 26

No. 1

pp. 1 - 404

Skopje 2018

KNOWLEDGE



INTERNATIONAL JOURNAL
SCIENTIFIC PAPERS
VOL. 26.1.

September, 2018

INSTITUTE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT

SKOPJE, MACEDONIA



KNOWLEDGE

International Journal Scientific papers Vol. 26.1.

ADVISORY BOARD

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

Print: GRAFOPROM – Bitola

Editor: IKM – Skopje

Editor in chief

Robert Dimitrovski, PhD

KNOWLEDGE - International Journal Scientific Papers Vol. 26.1.

ISSN 1857-923X (for e-version)

ISSN 2545 – 4439 (for printed version)

SCIENTIFIC COMMITTEE

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

Vice presidents:

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

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

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

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

Members:

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

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

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

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

EDITORIAL REVIEW BOARD

Each paper is reviewed by the editor and, if it is judged suitable for this publication, it is then sent to two referees for double blind peer review.

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

Contents

AN EFFECTIVE ANALYSIS AND EVALUATIONS ARE KEY TO USE EXISTING AND DEVELOPING NEW KNOWLEDGE.....	17
Miodrag S. Ivanovic.....	17
CONCEPT OF INTELLECTUAL CAPITAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISE IN THE KNOWLEDGE ECONOMY	23
Dušan Cvetanović	23
Dragan Turanjanin	23
Slobodan Cvetanović	23
THE PROGRESS OF THE MACEDONIAN R&D&I SYSTEMS FROM THE EUROPEAN RESEARCH AREA PRIORITIES' PERSPECTIVE.....	31
Sasho Josimovski.....	31
Lidija Pulevska Ivanovska	31
CONCEPTUAL NATURE AND COMPONENT STRUCTURE OF THE EMPLOYER'S BRAND AS AN INNOVATIVE INSTRUMENT IN THE STRATEGIC MANAGEMENT OF HUMAN CAPITAL	39
Nedka Nikolova	39
ORGANIZATIONAL LEARNING AND HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT	49
Daniela Karadakov.....	49
SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN BULGARIA	57
Venelin Terziev.....	57
Marin Georgiev.....	57
THE COMPETENCY APPROACH IN STRATEGIC MANAGEMENT OF HUMAN CAPITAL.....	75
Nedka Nikolova	75
INNOVATIVE MANAGEMENT CONCEPT AS POSSIBILITY FOR DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA.....	83
Marija Magdincheva-Shopova.....	83
Nikola Dimitrov	83
Dushko Josheski.....	83
Riste Elenov	83
Aneta Stojanovska-Stefanova	83
TOURISM IN KOSOVO AS AN OPPORTUNITY FOR ECONOMIC AND ENVIRONMENT DEVELOPMENT	89
Mustafë Kadriaj	89
Vehbi Ramaj	89
THE POWER OF KNOWLEDGE AND LEARNING	95
Dragana Jovanović Kuprešanin	95
Gabrijela Lilić	95
DEVELOPMENT OF NEW ECONOMY - DIGITAL ECONOMY	99
Marko Janković.....	99
Dejan Dimitrijević	99
Bratislav Joksimovic	99
ANALYSIS THE MARKET OF INTERNET PURCHASE IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA ..	103
Marina Blazhekovikj Toshevski	103
Bardhyl Tushi.....	103

LOYALTY PROGRAMS SUCCESS ON SOCIAL MEDIA- EXPERIENCE OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA	111
Dimitar Jovevski	111
Kalina Trenevaska Blagoeva	111
GLOBAL IMPACT OF E-COMMERCE ON SOCIETY	117
Maja Kochoska	117
Dijana Ivanovska Przo	117
SOCIAL MEDIA: NEW TOOL FOR PROMOTING THE HOSPITALITY FACILITIES IN THE TOURIST DESTINATION	123
Cvetanka Ristova	123
Tanja Angelkova Petkova	123
MARKETING STRATEGY AS MECHANISM OF EFFECTIVE CORPORATIVE MANGEMENT .	129
Sasa Djordjevic	129
DIRECT MARKETING AMONG COMPANIES IN THE POLLOG REGION	137
Brikend Aziri	137
Arlinda Mazllami	137
ICT PENETRATION IN BULGARIAN ENTERPRISES: STATE OF THE ART AND TRENDS.....	147
Rossitsa Chobanova	147
Maria Ivanova	147
THE TENDENCIES AND CHALLENGES OF MOBILE BUSINESS	153
Miloš Stojanović	153
Sonja Becić	153
Jasmina Stanković.....	153
THE OPINION AND ATTITUDE OF YOUNG AND MIDDLE AGED CITIZENS ABOUT ONLINE MEDIA BROADCASTERS AND SOCIAL NETWORKS IN KOSOVO	161
Lirie Aliu.....	161
DIVERSIFICATION OF INCOME AND ASSETS AMONG THE BENEFICIRIES OF THE 500 + PROGRAM – SOCIAL POLICY IN POLAND.....	169
Wioletta Świeboda.....	169
INCOME DISTRIBUTION AND ITS DETERMINANTS IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA....	173
Predrag Trpeski	173
Gjorgji Gockov	173
Marijana Cvetanoska	173
TRADE OPENESS, FDI AND ECONOMIC GROWTH: EMPIRICAL ANALYSIS OF THE CASE OF REPUBLIC OF MACEDONIA.....	179
Hasan Ademi.....	179
INTRODUCTION OF ‘THE EXPECTED LOSS MODEL’ UNDER IFRS 9 FINANCIAL INSTRUMENTS – CRITIQUES AND CONSIDERATIONS.....	187
Hristina Oreshkova	187
KNOWLEDGE ABOUT FINANCIAL STABILITY IN THE CONTEXT OF THE ENTERPRISE’S FINANCIAL EQUILIBRIUM.....	201
Rositsa Ivanova	201
ANALYSIS OF THE FACTORS THAT INFLUENCE STARTING THE ENTREPRENEURIAL VENTURE IN POST-TRANSITIONAL MONTENEGRO	209
Sandra Đurović	209

CAUSALITY BETWEEN PUBLIC REVENUES AND EXPENDITURES: COMPARATIVE ANALYSIS OF MACEDONIA AND ALBANIA.....	213
Liza Alili Sulejmani.....	213
Alit Ibraimi.....	213
ANALYSES OF THE TRADE RELATIONS BETWEEN THE REPUBLIC OF MACEDONIA AND GREECE.....	221
Emilija Miteva-Kacarski.....	221
Kostadinka Panova.....	221
Vlatko Paceskoski.....	221
THE NEW MODEL OF LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE MUNICIPALITY OF TETOVO, A COMPARATIVE ANALYSIS BETWEEN TETOVO AND MARIBOR SLOVENIA....	227
Jeton Mazllami.....	227
Izet Zeqiri.....	227
Brikend Aziri.....	227
CONTENT OF THE ACCOUNTING POLICIES OF BULGARIAN NON-PROFIT ASSOCIATIONS FROM USER'S POINT OF VIEW.....	235
Daniela Ventsislavova Georgieva.....	235
"CREATIVE" FINANCIAL REPORTING AND ITS CONSEQUENCES FOR THE INDIVIDUAL SUBJECTS.....	243
Gordana Stojmenović.....	243
Tatjana Mrvić.....	243
Miloš Pavlović.....	243
FINANCIAL INNOVATIONS AS A POSSIBLE SOURCE OF ECONOMIC INSTABILITY.....	253
Slobodan Cvetanović.....	253
Sretko Ribać.....	253
Dušan Cvetanović.....	253
THE IMPACT OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT ON ECONOMIC GROWTH: THE CASE STUDY OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA.....	261
Kostadinka Panova.....	261
Emilija Miteva-Kacarski.....	261
Vlatko Paceskoki.....	261
CREDIT RISK AND CREDIT RATING ANALYSIS PRIOR TO FINANCIAL SUPPORT AND INSURANCE OF EXPORT CREDITS APPROVAL.....	267
Nada Petrusheva.....	267
Nikola Popovski.....	267
KEY FACTORS LEADING TO HIGH MTPL INSURANCE CONCENTRATION IN ALBANIA AND SUGGESTIONS FOR CHANGE.....	273
Ervin Koçi.....	273
METHODS OF IDENTIFICATION OF SCOPE OF THE DAMAGE AND INDEMNIFICATION IN CREDIT INSURANCE.....	281
Nada Petrusheva.....	281
Aleksandar Nikolovski.....	281
ASSESSMENT OF WEBSITES QUALITY OF THE MINISTRIES OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA.....	287
Kalina Trenevaska Blagoeva.....	287
Marina Mijoska Belsoska.....	287

RULES OF BEHAVIOR IN THE PROCESS OF COMMUNICATION: QUI BENE, QUI PRODEST?	295
.....	295
Lalka Borisova	295
EUROPEAN PUBLIC POLICIES AND STRUCTURES FOR SUPPORT OF SOCIAL ECONOMY..	303
Vanya Banabakova	303
Maria Ilcheva	303
REGULATORY FRAMEWORK AND CHALLENGES FOR THE DETERMINATION OF REGIONS IN BULGARIA.....	309
Evelina Parashkevova	309
THE NEW REGIONAL DIVISION OF BULGARIA - FORMAL ACT OR RELATED POLICY	317
Borislav Borissov.....	317
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY – ONE OF THE BASIC PROPOSALS FOR GOOD CORPORATE GOVERNANCE	325
Zorica Siljanovska	325
COMPARATIVE LEGAL ANALYSIS OF THE CHANGES IN THE LEGAL PROVISION OF PUBLIC PROCUREMENT IN THE REPUBLIC OF BULGARIA.....	331
Radko Radev	331
ON THE CROSSROAD BETWEEN THE LEGALITY AND LEGITIMITY - THE PERSPECTIVES OF THE RULE OF LAW IN THE TRANSITIONAL SOCIETIES	345
Nikola Tuntevski.....	345
INTERETHNIC RELATIONS IN THE EUROPEAN UNION AND THE CONCEPT OF EUROPEAN CIVIL SOCIETY	353
Jasmina Trajkoska.....	353
THE ASSETS CONSTITUTING THE COMMUNITY PROPERTY OF SPOUSES UNDER ALBANIAN LEGISLATION AND PROBLEMS OF JUDICIAL PRACTICE.....	361
Albana Metaj-Stojanova	361
ANALYSIS OF CENTER OF GRAVITY - TERRORIST ORGANIZATION „ISLAMIC STATE“	371
Nenad Taneski	371
Sasha Smileski	371
THE FIGHT AGAINST TERRORISM THROUGH THE PRISM OF THE UNITED NATIONS DOCUMENTS.....	379
Aguš Demirovski	379
A CONCEPTUAL MODEL OF THE PROSTITUTION MANAGEMENT SYSTEM AS AN ELEMENT OF THE NATIONAL SECURITY.....	387
Venelin Terziev.....	387
Nikolay Nichev	387
Hristo Bonev	387
CHARACTERIZATION OF THE SYSTEM OF PREVENTION OF PROSTITUTION AND THE CONNECTION WITH THE CITIZENS SECURITY OF BULGARIA.....	393
Venelin Terziev.....	393
Nikolay Nichev	393
Hristo Bonev	393

AN EFFECTIVE ANALYSIS AND EVALUATIONS ARE KEY TO USE EXISTING AND DEVELOPING NEW KNOWLEDGE

Miodrag S. Ivanovic

ECPD, established by University of Peace by UN, Belgrade, Senior research Fellow of Cranfield and York University, University of Hertfordshire miodrag.ivanovic@gmail.com

Abstract: The main aim of the paper is to explain the best approaches to develop and enhance analysis and evaluation in academic programmes and a real business world. The research is based on direct and indirect observation and experience in last forty years working in the Former Yugoslavia and the United Kingdom. The main questions are how and what are best methods to develop the student's higher-level skills, including analysis and evaluation, and secondly, how to use these skills in academic and professional context.

The paper recognises that an analysis and evaluation are part and prerequisite to other higher-level skills which include conceptualisation and critical thinking, justification, synthesis and creativity. Research conclusions are founded on qualitative analysis. The main value of the paper is to show relevant and valid academic practice and practical implementations to cultivate and boost higher level skills.

The content will define the key terms, practical steps to impose use of analysis and evaluation, recommended by Quality Assurance Agency - QAA (2018), supported by strong endorsement of Credit Level Descriptors for Higher Education set up by South East England Council - SEEC (2016), completion of an ethical form prior to any research proposal, project or final dissertation, and finally, an effective check and control of plagiarism using, for example, Turnitin (www.turnitinuk.com). In parallel to this, HE institutions must rigorously implement these standards within academic documents such as Module Descriptor Definitive Document (2018); Assignment (content, structure and required elements) and Exam questions; Content and guidance within assessment criteria; Mark descriptors; and Assessment and feedback to students.

The paper will show how the above-mentioned documents support and execute use and development of analysis and evaluation using real example and evidence. Apart of academic relevance of analysis and evaluation some practical guidance will be given how to use them in holistic and range of different tools and techniques in everyday life, problem solving and decision-making process. Some remarks to other higher-level skills such as, ethical awareness and application, interpersonal and communication skills, synthesis and original research will be given in strict context to explain relevance and importance of analysis and evaluation.

Keywords: higher level skills; analysis and evaluation; critical thinking; cognitive skills, and credit level descriptors.

INTRODUCTION

The paper will start with definition of the key words, including higher level skills, analysis and evaluation and how these skills are supported and defined as a unique range of attributes by Quality Assurance Agency - QAA and South East England Council – SEEC. The next part is focuses on good academic practice and documents (module guide, assignment, mark descriptors and assessments) which secure effective and efficient use of analysis and evaluation. Finally, some practical impact of an analysis and evaluation to employability skills are shown.

1. HIGHER EDUCATION INSTITUTIONAL SUPPORT OF HIGHER LEVEL SKILLS AND ITS IMPLEMENTATIONS

It is important at the beginning to define the main terms and key words. Higher level skills are initially introduced by Benjamin Bloom back in 1956 which defines and categorises lower order and higher order thinking skills. See more: Anderson and Krathwohl (2000, and 2016): TES Connect Digital Publishing (2013); Gershon (2015).

The system contains six levels, which are arranged in hierarchical form, moving from the lowest level of cognition (thinking) to the highest level of cognition (or from the least complex to the most complex):

- Knowledge
 - Comprehension
 - Application
- Thinking skills (Lower order)

- Analysis
 - Synthesis (Creation)
 - Evaluation
- Thinking skills (Higher order)

Thus, it is very important, especially for employability, to develop higher order skills, such as ability to analyse, judge and implement knowledge in real business and life situations.

Analysis can be explained in many ways depend of context, academic and professional complexity and field of research. Analysis as a detailed examination of anything complex, such as, an organisation, problem, society or business environment to understand its nature or to establish its essential content, structure, causes or influences to change, do nothing or improve.

Evaluation is the ability to establish importance or relevance of something. It is a judgement, check and critique about the subject content or factors, such as, amount, size, influences or value and assessment of their relevance and validity to area of knowledge, applications or to area of research.

The above skills are clearly defined by QAA (2015) as a unique range of attributes for all academic levels and wide range of different educational and professional areas.

SEEC (2016) describes credit level descriptors as ‘the level of knowledge, complexity, and autonomy expected of a learner on completion of a defined and bounded learning activity such as a module or programme of learning.’ The descriptors are grouped under five headings, including setting, knowledge and understanding; cognitive skills, performance and practice, personal and enabling skills. The paper will describe and assess only an analysis and evaluation and some aspects of a synthesis and creativity. The next table will sum -up and shows importance of analysis and evaluation across all educational levels.

Table 1 SEEC Descriptors and comparative summary for analysis and evaluation

Level 3	Level 4	Level 5	Level 6	Level 7	Level 8
Analyses a range of information using pre-defined principles, frameworks or criteria.	Judges the reliability of data and information using pre-defined techniques and/or criteria.	Analyses a range of information, comparing alternative methods and techniques. Selects appropriate techniques/criteria for evaluation and discriminates between the relative relevance and significance of data/evidence collected.	Analyses new, novel and/or abstract data using an appropriate range of established subject-specific techniques. Judges the reliability, validity and significance of evidence to support conclusions and/or recommendations. Suggests reasons for contradictory data/results.	Undertakes analysis of complex, incomplete or contradictory evidence/data and judges the appropriateness of the enquiry methodologies used. Recognises and argues for alternative approaches.	Undertakes independent analysis or evaluation, managing complexity, incompleteness of data or contradictions in areas of knowledge.

Source: Credit Level Descriptors for Higher Education – 2016, available at <http://www.seec.org.uk/wp-content/uploads/2016/07/SEEC-descriptors-2016.pdf> [Accessed: 06 August 2018]

The above table shows that analysis and evaluations are part of every level and must be persistently, adequately and rigorously used in a programme and each module in a range of different teaching and learning practices.

2. GOOD ACADEMIC PRACTICE AND DOCUMENTS ARE SOURCE TO PROVIDE EFFECTIVE USE OF ANALYSIS AND EVALUATION

There are a lot of academic documents which implement above academic descriptors, principles and recommendations. Module Descriptor Definitive Document – MDDD is first document which content must be rigorously followed. The main MDDD sections are: 1. Module Code; 2 Module Title; 3. Credits; 4. Validation period; 5. Status (Validated); 6. Subject Board; 7. Academic Level; 8. Study Period (Semester); 8. Location: 9.

Prerequisites and co-requisites; 10. Associated programmes; 11. Content (indicative); 12. Module aims; 13. Intended Learning Outcomes (13a. Knowledge and Understanding and 13b. Skills and attributes) 14. Delivery mode (Classroom Based; Distance; Flexible; Study Abroad; Work Based Learning); 15. Teaching and Learning Activities (Teaching & Learning activities will comprise: Case Studies, Critical Reflection, Directed Study and Reading, Independent Learning, Lectures, Peer Group Study, Presentations, Seminar Groups, Tutorials, Virtual Learning Environment, Workshops); 16. Assessment (formative & summative); 15. Indicative learning (Books; Websites; Journals and Magazines). See more, Marjon (2018).

The document provides lecturers and students with an integrated and holistic introduction to module or subject. This document provide foundation for design, standardisation and unification across all modules within a programme. The modules are defined including structure, content, delivery and assessment. This document must be strictly applied and cannot be change without a quality standard approval.

The above content must be implemented in a written module guide in which every part must be specifically addressed to specific details and origins of the subject.

A module aims should be define to address level 6, 7 or 8 listed in table 1. For example, the aims of strategic management module are to enable students to: (1) Develop an understanding of strategic management theories, concepts and applications; (2) Understand the main elements of corporate strategy including the strategic position, strategic choices and strategy implementations and (3) Analyse and assess effectiveness of different strategic tools and techniques currently used in real business world. Further, the module learning outcomes should address knowledge and understanding using descriptors in table 1. The successful students will typically be able to: (1) Evaluate the current theories, concepts and principles of strategic management, and (2) Understand the influences of marketing, human resources management and finance on strategic management. The skills and attributes are also listed to include higher level skills, such as (1) Synthesise strategic management concepts to management problems in the construction sector, and (2) Demonstrate the ability to express their skills and knowledge in a professional context.

Next and very important document is assignment which must include a relevant part of the module. An assignment reinstates specific module learning outcomes with specific, focused and clear assignment brief, submission requirements (type – report or essay; number of words +/- 10 percent and in which format). The most important part of assignment is defined criteria for assessment and allocation of the points. For example, marks awarded for strategic management assignment will be: Clarity, structure and methodology (10%); Business environment assessment - PESTEL, 5 Force model (30%); SWOT & TOWS including analysis and evaluation (30%); Stakeholder analysis, mapping and strategic objectives (20%); Language and referencing (10%).

Defined criteria and allocation of points are very important guidance and road map to help students to complete the tasks. The criteria recall again importance of higher level skills (analysis, evaluation and synthesis) which are awarded by huge percentage.

This is professional, well-organized and resourceful marking which secure clarity, fairness and ethical perspective in both academic and professional field. It is an effective method to eliminate prevailing approach in some HE institutions were marking is generic and subjective assessment without specific and focus feedback.

Important part of assignment is standardised an undergraduate and postgraduate grading criterion for all different forms of exams including reports, essays, posters, presentations, team and group works. The main marks with 100 points awarded are: Little or nothing of merit (1 – 19); Clear Fail (20 – 29); Marginal Fail (30-39); Satisfactory (40-49); Good (50-59); Very good (60 – 69); Excellent (70 – 79) and Outstanding (80 – 100) percent.

An excellent mark must include subject insight & application combined with breadth, depth & integration of literature and research data into work. An outstanding mark must include elements of originality in both breadth, depth of knowledge, integration of literature and original research based on primary and secondary research. At the same time, both marks must possess strong elements of discussion, analysis (quantitative and qualitative), critical evaluation and or reflection. The sum of an allocation of points and marks descriptors are given in the next table.

Table 2 Undergraduate grading criteria for top outstanding and excellent marks for reports

REPORT	Presentation & structure	Use & presentation of Harvard Referencing	Content/ Terms/ Findings/ Definitions/ Calculations	Business Application & Integration of Data/Literature	Discussion /Analysis /Critical evaluation &/or Reflection
Task details	Follows report structure & keeps to word limit of ...	Follows Harvard style for in-text citation & Reference List, and Use a minimum of ... sources	Content included - specify task requirements as in module guide & coursework guidance	Integration & application of information - from coursework guidance /module guide	Line of argument, development of discussion and instructional verbs to suit the task & level
100 points	/10	/10	/20	/30	/30
Outstanding 80-100	Outstanding... Presentation & report structure, with numbered paragraphs, list of contents/figures & appendices. Articulate & fluent academic writing style with ideas cross referenced. No grammatical / spelling errors.	Outstanding... Standard of referencing within text & consistent use of Harvard referencing system. Accuracy of in-text references & full details shown in Reference list.	Outstanding... Exploration of topic showing excellent knowledge & understanding through thorough & appropriate research. Impressive choice and range of appropriate content.	Outstanding... Business insight & application. Breadth, depth & integration of literature/data into work.	Outstanding... Level of discussion/analysis/ critical evaluation &/or reflection. Highly developed/ focused work.
Excellent 70-79	Excellent ... Presentation & report structure, with numbered paragraphs, list of contents /figures, appendices & cross referencing. Articulate & fluent academic writing style. Only a minor error.	Excellent... Standard of referencing within text & consistent use of Harvard referencing system. Accuracy of in-text references & full details shown in Reference list.	Excellent ... Level of knowledge & understanding demonstrated. Evidence of appropriate reading. Covers all relevant points & issues.	Excellent ... Business insight & application. Breadth, depth & integration of literature/data into work.	Excellent... Level of discussion /analysis/ critical evaluation &/or reflection clearly developing points in the appropriate way with thorough consideration of all possibilities.

Source: Grading criteria for Hertfordshire Business School (Reports). Hertfordshire University. Hatfield. The United Kingdom.

The above table shows clearly grading criteria, its descriptors and allocation of the points. Kings College London (2018) emphasises that "... marking criteria provides guidance on the overall standards expected at different grade bands but discipline-specific criteria may be needed in order to ensure that marking decisions are consistent, fair and

transparent to both staff and students.” Absence of clearly well-defined marking criteria, lack of clarity and a rise of the marked assignments and exams with highest mark ten (10) are the most common problem. In many occasions assessing the postgraduate papers it was a difficult to find any attribute of a sophisticated understanding of the topic, with a high degree of competence, an excellent usage of relevant literature, theory and methodology combined with evidence of originality. Thus, this practice must be changed.

Kings College London (2018) describes distinction criteria (90 – 100) in three categories: (1) Understanding - Advanced, in-depth, authoritative, full understanding of key issues with evidence of originality; (2) Depth of knowledge - Complex work and key issues analysed wide range of sources used selectively to support argument and discussion, and (3) structure - Coherent and compelling work logically presented. General description for highest mark (90-100) are insightful work displaying in-depth knowledge. For research dissertation and project: publishable quality, outstanding research potential, originality and or independent thought, ability to make informed judgments and highest standards of presentation.

3. PRACTICAL IMPACT OF AN ANALYSIS AND EVALUATION TO EMPLOYABILITY SKILLS

World Economic Forum and Boston Consultancy Group (2016) publishes *New Vision for Education: Fostering Social and Emotional Learning through Technology* with strong message - to thrive in the 21 century, students need more than traditional academic learning. The students require 16 skills assembled in three different ranges: (I) Foundational literacies, which shows how students apply core skills to everyday tasks, includes: 1. Literacy; 2. Numeracy; 3. Scientific Literacy; 4. ICT Literacy; 5. Financial Literacy and 6. Cultural and Civic Literacy; (II) Competencies which shows students approach to complex challenges, includes: 7. Critical thinking and problem solving; 8. Creativity; 9. Communication; 10. Collaboration; and (III) Character Qualities, which shows how students approach their changing environment, includes: 11. Curiosity; 12. Initiative; 13. Persistence and grit; 14. Adaptability; 15. Leadership and 16. Social and cultural awareness.

Therefore, World Economic Forum (2018) lists the top ten skills that will be most desired by employers by 2020:

1. Complex problem-solving
2. Critical thinking
3. Creativity
4. People management
5. Coordinating with others
6. Emotional intelligence
7. Judgment and decision-making
8. Service orientation
9. Negotiation skills
10. Cognitive flexibility.

Without great deal of elaboration the above listed skills clearly demonstrate essence and impact of analysis and evaluation to enhance listed students’ skills. It is evident impact on complex problem-solving, critical thinking, judgment and decision-making and cognitive flexibility. The report shows that 36% of all jobs across all industries will require complex problem-solving abilities as a core skill by 2020.

Any practical problem, impalement of change, decision making, to address impact of the main drivers to reconstruct, develop or improve must start with valid and relevant analysis supported by evidence and primary and original research. Thus, analysis and evaluation become vital for an academic and professional applications. The main requirements for any assignment or assessment within professional education provided by Institute for Leadership and Management, the Chartered Institute of Marketing or Chartered Management institute must start with effective and efficient analysis supported by evidence and fact. The next stage is evaluation, recommendations and justification.

It is understandable that the main plyers in public sector and industry such as CIMA (2007), DFID (2003), USAID (2014), WB (2007), Johnson &Whittington (2017) provides detail guidance how to use different tools and techniques to complete holistic, fact based and logical analysis. Without any question it is ultimate objective to teach the students on all academic and professional levels to analyse and evaluate more.

CONCLUSION

The HE institutions must be open, ready to cooperate and implement the best benchmarking practice across in the world to develop higher level skills, especially employability skills for 21 century. The paper finds that is a very important to develop, nurture and demonstrate effective use of evidence-based analysis and evaluation across all modules, research and learning activities. Development of higher level skills must be consistent and holistic.

The purpose is to develop student's ability to critical thinking, judgment and abilities to apply and use gained knowledge. Instead, of memorised, descriptive and generic knowledge without any based evidence, fact or practical research. Persistent use of analysis and evaluation, especially on higher levels must be seen as process to improve employability skills and independent abilities of the students to assess, analyse, judge and implement knowledge in real business and life situations.

REFERENCE LIST

- [1] The UK's Quality Body for Higher Education (2018), available at <http://www.qaa.ac.uk/> [Accessed: 04 August 2018]
- [2] Credit Level Descriptors for Higher Education – 2016, available at <http://www.seec.org.uk/wp-content/uploads/2016/07/SEEC-descriptors-2016.pdf> [Accessed: 04 August 2018]
- [3] MODULE DESCRIPTOR Definitive Document (2018), available at <https://www.marjon.ac.uk/about-marjon/institutional-documents/module-descriptors/bma-modules/BMAH02-Entrepreneurship-&-Small-Business-Man..pdf> [Accessed: 04 August 2018]
- [4] Bloom's taxonomy, available at <https://tlc.lincoln.ac.nz/blooms-taxonomy/> [Accessed: 08 August 2018]
- [5] TES (2013) How to use Bloom's Taxonomy in the classroom, available at <https://academicmentoring.com/wp-content/uploads/2017/01/How-to-use-Blooms-Taxonomy-in-the-classroom.pdf> [Accessed: 08 August 2018]
- [6] Gershon., M. (2015), How to use Bloom's Taxonomy in the Classroom: The Complete Guide: Volume 8 (The 'How To.' Great Classroom Teaching Series). Kindle edition.
- [7] QAA (2015) Characteristics Statement for Master's Degree, available at http://www.qaa.ac.uk/docs/qaa/quality-code/master's-degree-characteristics-statement.pdf?sfvrsn=6ca2f981_10 [Accessed: 08 August 2018]
- [8] QAA (2015) Doctoral Degree Characteristics, available at <http://www.qaa.ac.uk/quality-code/the-existing-uk-quality-code/part-a-setting-and-maintaining-academic-standards> [Accessed: 08 August 2018]
- [9] Marjon (2018), MDDD, available at <https://www.marjon.ac.uk/about-marjon/institutional-documents/module-descriptors/gmb-modules/GMBM02.pdf> [Accessed: 10 August 2018]
- [10] Kings College London (2018) Taught Postgraduate Generic Marking Criteria, available at <https://www.kcl.ac.uk/governancezone/Assets/Assessment/Marking%20Criteria,%20Taught%20Postgraduate.pdf> [13 August 2018]
- [11] World Economic Forum and Boston Consultancy Group (2016) New Vision for Education: Fostering Social and Emotional Learning through Technolog, available at http://www3.weforum.org/docs/WEF_New_Vision_for_Education.pdf [13 August 2018]
- [12] World Economic Forum (2018) What are the 21st-century skills every student needs?, available at <https://www.weforum.org/agenda/2016/03/21st-century-skills-future-jobs-students/> [13 August 2018]
- [13] CIMA - Strategic Analysis Tools (2007) available at https://www.cimaglobal.com/Documents/ImportedDocuments/cid_tg_strategic_analysis_tools_nov07.pdf.pdf [13 August 2018]
- [14] DFID – Tools for Development (2003) available at <http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.dfid.gov.uk/documents/publications/toolsfordevelopment.pdf> [13 August 2018]
- [15] USAID – Types of Business Analysis (2014) available at <https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1868/597sah.pdf> [13 August 2018]
- [16] World bank (2007) Tools for Institutional, Political, and Social Analysis of Policy Reform, available at <http://documents.worldbank.org/curated/en/434581468314073589/pdf/390220Tools0fo101OFFICIAL0USE0ONLY1.pdf> [13 August 2018]
- [17] Jhonson.G., Whittington. R., (2017) Exploring Startegy: Text and Cases. Pearson education.London.

CONCEPT OF INTELLECTUAL CAPITAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISE IN THE KNOWLEDGE ECONOMY

Dušan Cvetanović

Interalum, Ljubljana, Republic of Slovenia, dusan.cvetanovic@gmail.com

Dragan Turanjanin

High School of Professional Studies in Blace, turanjanindragan@live.com

Slobodan Cvetanović

University of Niš, Faculty of Economics, Republic of Serbia, slobodan.cvetanovic@eknfak.ni.ac.rs

Abstract: In the knowledge economy, intellectual capital is a key driver of the value of industrial enterprise in the creation of a competitive advantage. It is a crucially important factor in achieving profitability, growth and development of an enterprise. Observed at the level of big world companies at the moment, it appears that about three quarters of their total market value is based on intellectual capital. However, despite indisputable significance of intellectual capital for profitability of the enterprise in contemporary conditions, the fact is that the generally accepted concept of intellectual capital has not been defined yet. Even more, various expressions are used as synonyms for the category of intellectual capital, such as intellectual resource, intellectual property, and intellectual assets. Besides, non-material property, non-material assets, non-material resources etc. are also used. In the context of the defined topic of the paper, intellectual capital should be considered a set of organised information, i.e. knowledge that can be used in the creation of value. Therefore, intellectual capital is the knowledge that can be transformed into value. The possibility to create economic value from intellectual property determines the capability of enterprise management and implementation of competent business strategies. For example, world leading companies are recognisable by their practice to manage research and development aimed at closer connection between expenses of research and development and business strategy of the company, thereby relying on both own and external knowledge to complete their portfolio of technological processes. As intellectual property becomes increasingly significant source of profit in time, the capability of an enterprise to keep intellectual property becomes more important. A special problem is the fact that intellectual property is not completely expressed in financial reports of the enterprise. Although accounting standards that include a wide spectrum of intellectual property can be defined, practically, it is very difficult to determine and verify monetary value of such property. Besides, monetary valorisation of intellectual property is very risky, since it is pronouncedly susceptible to moral devaluation. Relative failure in presentation of intellectual property in accounting, in combination with its increasing significance in the process of creation of value, points to the fact that balance sheet does not show a part of value to shareholders. Logically, this can lead to wrong allocation of capital to prevent other information to fill in this gap. The supply of market with adequate information on intellectual property improves and leads to more complete exploitation of property rights of shareholders. Although empirical research shows that markets of capital, while assessing the enterprise, calculate intellectual property to some extent, it is not applied to all markets and all their segments, especially bearing in mind small and medium enterprises that do not take prominent position on stock market. Besides intellectual property that is not expressed in balance of assets, which includes the property that provides the power of enterprise on the market, such as brand, customer loyalty, exclusive contracts etc., the concept of intellectual capital involves intellectual property that is recorded in balance of assets, such as patents, trademarks, copyright etc. In addition, the concept of intellectual capital of an enterprise includes the property that provides this business entity with internal strength. These are primarily corporate culture, managing and business processes, information systems and so on. Even more, property contained in the characteristics of human resources such as knowledge, competence, skills, experience, capability of connection and cooperation are the components of intellectual capital of the enterprise.

Keywords: economy of knowledge, intellectual capital, intellectual property, enterprise

KONCEPT INTELEKTUALNOG KAPITALA INDUSTRIJSKOG PREDUZEĆA U EKONOMIJI ZNANJA

Slobodan Cvetanović

Interalum, Ljubljana, Republika Slovenija, dusan.cvetanovic@gmail.com

Dragan Turanjanin

Visoka poslovna škola strukovnih studija u Blacu, turanjanindragan@live.com

Dušan Cvetanović

University of Niš, Faculty of Economics, Republic of Serbia, slobodan.cvetanovic@eknfak.ni.ac.rs

Rezime: U ekonomiji znanja, intelektualni kapital je ključni pokretač vrednosti kompanija u stvaranju konkurentne prednosti. Presudno je značajan faktor u ostvarivanju profitabilnosti, kao i rastu i razvoju industrijskih preduzeća. Posmatrano na nivou velikih svetskih kompanija u sadašnjem trenutku proizilazi da oko tri četvrtine njihove ukupne tržišne vrednosti se bazira na intelektualnom kapitalu. Međutim, i pored nespornog značaja koji intelektualni kapital ima za profitabilnost preduzeća u savremenim uslovima, činjenica je da još uvek ne postoji opšte prihvaćen koncept intelektualnog kapitala. Štaviše, u opticaju su različiti termini koji se koriste kao sinonimi za kategoriju intelektualnog kapitala poput intelektualnih resursa, intelektualne imovine, intelektualne aktive. U opticaju su takođe i izrazi nematerijalna imovina, nematerijalna aktiva, nematerijalni resurs, i tome slično. U kontekstu definisanog naslova ovog rada, pod intelektualnim kapitalom treba razumeti skup orranizovanih informacija, odnosno znanja koja se mogu koristiti za stvaranje vrednosti. Dakle, intelektualni kapital predstavlja znanje koje se može transformisati u vrednost. Mogućnost kreiranja ekonomske vrednosti iz intelektualne imovine determiniše sposobnost menadžmenta preduzeća, kao i implementacije odgovarajućih poslovnih strategija. Na primer, vodeće firme u svetu su poznate pored ostalog po praksi upravljanja istraživanjem i razvojem koje imaju za cilj da bliže povežu troškove istraživanja i razvoja sa poslovnom strategijom firme oslanjajući se pritom na vlastita ali takođe i na eksterna znanja kako bi zaokružile svoj portfolio tehnoloških procesa. Kako vremenom intelektualna imovina postaje sve značajniji izvor stvaranja vrednosti, na značaju dobija sposobnost preduzeća da zadrži intelektualnu imovinu. Poseban je problem činjenica da intelektualna imovina nije u potpunosti iskazana u finansijskim izveštajima preduzeća. Premda se mogu odrediti računovodstveni standardi koji obuhvataju širok spektar nematerijalne imovine, realno govoreći vrlo je teško ustanoviti i verifikovati novčanu vrednost takve imovine. Novčana valorizacija intelektualne imovine je pored ostalog i veoma rizična aktivnost budući da je ona naglašeno podložna moralnom obezvređivanju. Relativno neiskazivanje nematerijalne imovine u računovodstvu, u kombinaciji sa njenim sve većim značajem u procesu stvaranja vrednosti, ukazuje na činjenicu da bilans stanja ne iskazuje jedan deo vrednosti za akcionare. Razumljivo, da druge informacije ne popune ovu prazninu, može doći do pogrešne alokacije resursa na tržištu kapitala. Snabdevanje tržišta adekvatnim informacijama o intelektualnoj imovini unapređuje vodi potpunijem iskorišćenju svojinskih prava akcionara. Iako empirijska istraživanja pokazuju da tržišta kapitala prilikom vrednovanja preduzeća računavaju u izvesnoj meri intelektualnu imovinu, ovo ne važi za sva tržišta i sve njegove segmente, posebno imajući u vidu mala i srednja preduzeća koja se ne kotiraju na berzi. Koncept intelektualnog kapitala pored intelektualne imovine koja nije iskazana u bilansu stanja, a koju čine imovina koja preduzeću daje snagu na tržištu, kao što su brend, lojalnost kupaca, ekskluzivni ugovori i dr., obuhvata i intelektualnu svojinu koja je evidentirana u bilansu stanja poput patenata, trgovačkih marki, autorskih prava i slično. Takođe, koncept intelektualnog kapitala preduzeća obuhvata imovinu koja daje internu snagu ovom poslovnom entitetu. Ovde se pre svega imaju u vidu korporativna kultura, upravljački i poslovni procesi, informacioni sistemi i slično. Štaviše i imovina sadržana u karakteristikama ljudskih resursa kao što su: znanje, kompetentnosti, veštine, iskustvo, sposobnosti povezivanja i saradnje predstavljaju komponente intelektualnog kapitala preduzeća.

Ključne reči: ekonomija znanja, intelektualni kapital, intelektualna imovina, preduzeće

1. UVOD

Savremena era u razvoju čovečanstva s pravom se označava kao doba ekonomije zasnovane na znanju. Znanj i novi tehnologije koje su na njemu bazirane danas predstavljaju osnovni generator razvoja svetske privrede.

Globalna industrijska proizvodnja se menja, kontinuirano se prilagođavajući promenama u tražnji i inovacijama. Ovaj trend je rezultat postepenog pomeranja proizvodnje iz industrijskih ka zemljama koje su u procesu industrijalizacije usled jeftinije radne snage, značajnijeg poboljšanja poslovne i ukupne infrastrukture i nižih socijalnih troškova u njima. Nova vrednost stvorena u industriji omogućava rast domaće tražnje za industrijskim proizvodima usled većih prihoda i brzo rastuće srednje klase, a Kina i druge brzorastuće zemlje koje su u procesu industrijalizacije, sve više postaju izvor novih potrošača i mesta jeftine proizvodnje¹.

Proizvodno okruženje se transformiše jer inovacije omogućavaju razvoj novih tehnologija i metoda proizvodnje, dovode do promene vrednosti i dostupnosti faktora proizvodnje (npr. rada i prirodnih resursa) i povećavaju složenost, neizvesnost i rizik poslovanja. Zato se savremena industrija sve više definiše kroz tehnološke, organizacione i strategije zaštite životne sredine koje poboljšavaju proizvodnju tako da ona može da zadovolji ciljeve preduzeća, društva i države i da se prilagodi promenama. Ovo novo shvatanje proizvodnje odražava rastući nivo integracija funkcija proizvodnje, distribucije i potrošnje unutar lanaca vrednosti².

Inovacije stvaraju nove mogućnosti koje menjaju prirodu industrije, tako da ona i dalje ostaje okosnica privrednog razvoja, uvećanja prihoda, rasta životnog standarda, obezbeđenja potrošnih materijalnih i proizvodnih dobara (mašina, alata i materijala) za izgradnju moderne infrastrukture i unapređenje životnog prostora i kvalitetnije i efikasnije podmirivanje postojećih i kreiranje novih potreba ljudi.

Promene u globalnoj industriji, trgovini i tokovima kapitala značajno su transformisale prostornu i unutrašnju strukturu globalnih lanaca vrednosti i prirodu globalne privrede tokom prethodne tri decenije. Transformacija industrije, liberalizacija svetske trgovine i slobodno kretanje kapitala, kao i snažan razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija, interneta i koncepta elektronske (digitalne) privrede doveli su do promene globalne konkurencije, podizanja ukupnog tehnološkog nivoa i razvoja društva zasnovanog na preduzetništvu, znanju i informacijama³. U tabeli 1 prezentovana je podela industrijskih grana u zavisnosti od tehnološkog nivoa proizvodnje

Tabela 1: Podela industrijskih grana prema u zavisnosti od tehnološkog nivoa proizvodnje

Period 1970-1980.	Period 1985-995.
<p>Visoka tehnologija</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aeronautika 2. Računari, kancelarijske mašine 3. Farmaceutika 4. Elektornika-komunikacije 5. Naučni instrumenti 6. Električne mašine <p>Srednja tehnologija</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Motorna vozila 8. Hemikalije 9. Ne-električne mašine 10. Guma i plastika 11. Ostala prerađivačka ind. <p>Niska tehnologija</p> <ol style="list-style-type: none"> 12. Ostala transportna oprema 13. Proizvodnja kamena, gline i stakla 14. Rafinacija nafte 15. Brodogradnja 16. Metaloprerađa (bez gvožđa) 	<p>Visoka tehnologija</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aeronautika 2. Kompjuteri, kancelarijske mašine 3. Farmaceutika 4. Elektornika-komunikacije <p>Srednja-visoka tehnologija</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Naučni instrumenti 6. Električne mašine 7. Motorna vozila 8. Hemikalije 9. Ne-električne mašine <p>Srednja-niska tehnologija</p> <ol style="list-style-type: none"> 10. Brodogradnja 11. Guma i plastika 12. Ostala transportna oprema 13. Proizvodnja kamena, gline i stakla 14. Metaloprerađa (bez gvožđa) 15. Ostala prerađivačka industrija 16. Prerađa metala

¹ Cvetanović, D. (2017) *Pomeranje globalne industrijske moći*, Beograd: Ekonomski institut.

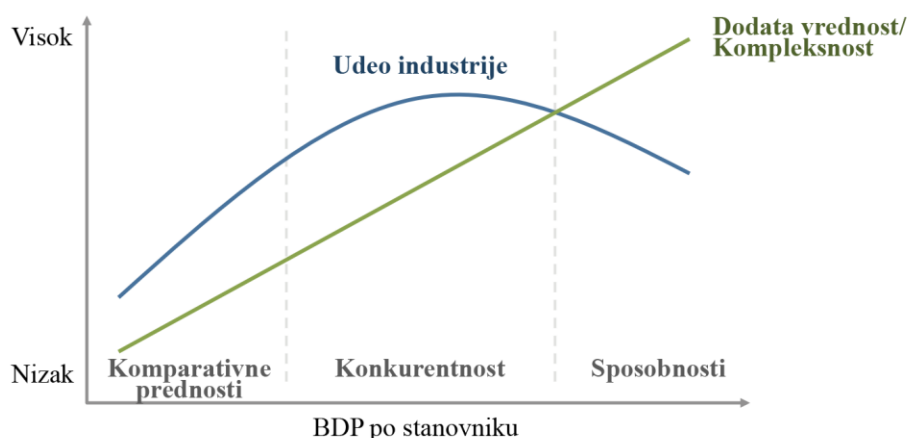
² World Economic Forum (2012). *A Proposed Advanced Manufacturing Framework for Policy-makers, the Private Sector and Society*. Geneva: Global Agenda Council on Advanced Manufacturing, World Economic Forum.

³ Cvetanović, D. (2017) *Inovacije kao faktor razvoja industrije*, doktorska disertacija, Niš: Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu.

17. Metaloprerađa – gvožđa 18. Prerada metala 19. Proizvodnja papira i štampa 20. Hrana i piće 21. Prerada drveta i nameštaj 22. Tekstil i odeća	Niska tehnologija 17. Rafinacija nafte 18. Metaloprerađa – gvožđa 19. Proizvodnja papira i štampa 20. Tekstil i odeća 21. Prerada drveta i nameštaj
---	---

2. TRANSFORMACIJA GLOBALNE INDUSTRIJSKE MOĆI

Uporedo sa rastom ekonomske razvijenosti zemalja, dolazi do promene relativnog udela inustrijskog sektora proizvodnje u stvaranju bruto domaćeg proizvoda (BDP) zemalja. Preciznije, na nižim fazama ekonomske razvijenosti, najpre dolazi do relativnog rasta učešća proizvodnog sektora u stvaranju BDP-a, a potom do smanjenja tog učešća. U ovoj fazi privredne razvijenosti, težište je na rastu efikasnosti prizvodnog sektora. U narednoj fazi privredne razvijenosti zemlje, fokus u razvoju proizvodnog sektora je na unapređenju njegove konkurentnosti je na stvaranju sposobnosti (Slika 1). Nastavlja se tendencija rasta dodate vrednosti stvorene u sektoru industrije, nezavisno od smanjenja njenog učešća u strukturi BDP. Ključni uzrok ovoj pojavi je izgradnja sposobnosti u sektoru industrije⁴



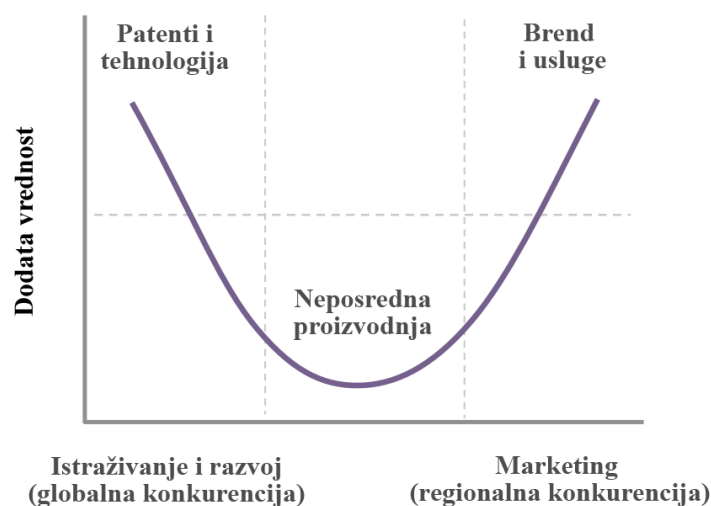
Slika 1: Učešće industrije u stvaranju BDP i dodate vrednosti zemalja različitih nivoa ekonomske razvijenosti.

Izvor: [World Economic Forum (2012). *A Proposed Advanced Manufacturing Framework for Policy-makers, the Private Sector and Society*. Geneva: Global Agenda Council on Advanced Manufacturing, 8.]

Nastavlja se tendencija rasta dodate vrednosti stvorene u sektoru industrije, nezavisno od smanjenja njenog učešća u strukturi BDP. Ključni uzrok ovoj pojavi je izgradnja sposobnosti u sektoru industrije⁵ Sa svoje strane, stvaranje sposobnosti podrazumeva korenitu promenu značaja pojedinih aktivnosti u globalnom lancu vrednosti. Na važnosti dobijaju aktivnosti koje prethode neposrednoj proizvodnji (aktivnosti istraživanja i razvoja, zaštita intelektualne svojine), kao i aktivnosti nakon procesa neposredne proizvodnje (marketing, brendiranje proizvoda). U ovim aktivnostima lanca vrednosti su skoncentrisani relativno visoki nivoi dodate vrednosti u proizvodnom sektoru ekonomski vodećih zemalja u svetu (Slika 2).

⁴ World Economic Forum (2012). *A Proposed Advanced Manufacturing Framework for Policy-makers, the Private Sector and Society*. Geneva: Global Agenda Council on Advanced Manufacturing, World Economic Forum.

⁵ Isto.



Slika 2: Generička kriva aktivnosti lanca vrednosti.

Izvor: Modifikovano prema: [World Economic Forum (2012). *A Proposed Advanced Manufacturing Framework for Policy-makers, the Private Sector and Society*. Geneva: Global Agenda Council on Advanced Manufacturing, World Economic Forum, 9]

Treba imati u vidu da upravo faze globalnog lanca vrednosti koje se odnose na neposrednu proizvodnju postaju relativno standardizovane i da ih karakterišu relativno niske stope prinosa u poređenju sa stopama prinosa aktivnosti koje prethode neposrednoj proizvodnji i aktivnosti koje slede proces neposredne proizvodnje⁶.

3. KONCEPT INTELEKTUALNOG KAPITALA INDUSTRIJSKOG PREDUZEĆA

Intelektualni kapital ima sposobnost da različite vrste znanja, umeća i ljudskog iskustva, konstruktivno transformiše u proizvode i usluge koji imaju vrednost. Takođe, znanje nije potrebno akumulirati, odnosno stvarati zalihe poput drugih vrsta kapitala, već znanjem obezbediti veću produkciju roba i usluga koje donose dobit, utiču na konkurentsku snagu kompanije i njenu što dužu profitabilnost. U tabeli 2. prezentovani su različiti nivoi znanja.

Tabela 2: Nivoi znanja

Nivo	Naziv	Komentar	Tipični oblici znanja
1	Potpuno neznanje	-	Nigde
2.	Svesnost	Čista umetnost	Nemo, tiho (tacit)
3.	Merenje	Pretehnološko	Pisano
4.	Kontrola srednje vrednosti	Naučni metod izvođenja	Pisano i opredmečeno u hardveru
5	Sposobnost procesa	Lokalni recept	Hardver i ručno izvođenje
6.	Karakterizacija procesa	Promena radi smanjenja troškova	Empirijske jednačine
7.	Znati zašto	Nauka	Naučne formule i algoritmi
8.	Potpuno znanje	Nirvana	-

Izvor: Pokrajac, S. (2001) Menadžment promena i promene menadžmenta, Beograd: Topy, str. 65.

⁶ Cvetanović, D. (2017) *Inovacije kao faktor razvoja industrije*, doktorska disertacija, Niš: Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu.

Definicija intelektualnog kapitala nije sveobuhvatno određena, ali njegova struktura jeste. Nova vrednost i konkurentna prednost kreira se stimulisanjem tokova znanja unutar industrijskog preduzeća i transformisanjem tog znanja u vrednost koja poprima oblike intelektualnog kapitala. Zato ne treba da čudi činjenica što mnoga uspešna industrijska preduzeća intelektualni kapital tretiraju kao svoju najvažniju imovinu. Savremena inustrijska preduzeća su promenila i pristup u analizi svojih troškova poslovanja, kalkulaciji cena i uopšte finansijskoj strategiji. To je krupan korak u procesu tranzicije preduzeća kao bazičnog oblika savremenog privrednog života. Bilansiranje preduzeća trpi takođe značajne promene. U visoko sofisticiranim firmama najveću vrednost predstavlja tzv. nematerijalna imovina. „Okretanje ka ljudskim resursima, kreativnim i preduzetničkim idejama, liderstvu i novoj organizacionoj kulturi, prvi su i najvažniji koraci u tranziciji ka znanjem intenzivnom preduzeću. Iskustva poslovno najuspešnijih preduzeća širom sveta takođe pokazuju rastući uticaj mašte i vizije u uspešno izvedenim transformacijama firmi, što je, opet nova afirmacija ljudskog faktora i dokaz supermacije intelektualnog kapitala u strukturi ukupne aktive preduzeća“⁷. Iako neopipljiv, intelektualni kapital u modernom vremenu stvara skoro četiri petine ekonomske vrednosti, čini konkurentsku prednost na tržištu i povećava računovodstvenu vrednost industrijskih preduzeća. Vrednost vodećih svetskih kompanija nije u zemljištu, zgradama, proizvodnoj opremi i finansijama, već u intelektualnom kapitalu. Uvećanje dodate vrednosti najvećim delom zavisi od ljudi i njihovih sposobnosti da iskoriste postojeću tehnologiju i stvore inovacije koje će ih učiniti superiornijim od konkurencije. Zato je intelektualna imovina – skrivena imovina. Intelektualni kapital i procena vrednosti preduzeća superiornijim su pojmovi koji nas uvode u sferu neodređenog ili nedovoljno definisanog. Određivanje veza i njihove snage među ovim varijablama postavlja dodatnu poteškoću pred istraživače i generiše nova pitanja za dalje istraživanje. Fokusiranje ekonomskih analitičara sa tradicionalnih oblika merenja i iskazivanja vrednosti uobličenih u knjigovodstvene izveštaje na neopipljivu ali tržišno verifikovanu imovinu, generisalo je niz različitih metoda. Počeci istraživanja, te najveći broj ponuđenih rešenja, dolazi iz tehnološki najnaprednijih zemalja jer su kod njih razlike između tržišne i knjigovodstvene vrednosti preduzeća značajne.

Ne postoji egzaktna način vrednovanja intelektualnog kapitala. Deo objavljenih metoda temelji se na podacima iz bilansa, to i iz gubitka i dobiti, i relativno su jednostavne za komparativnu analizu preduzeća. S druge strane, takve metode za većinu ekonomskih stručnjaka ne obuhvataju sve elemente strukture intelektualnog kapitala i ne odražavaju pravo stanje. Druge metode temelje se na procenama i shodno toj činjenici imaju elemente subjektivnosti što otežava komparativnu analizu industrijskog preduzeća sa najboljim firmama u grani.

Onako kako raste spoznaja o znanju kao faktoru rasta efikasnosti stvaranja novih vrednosti, raste važnost intelektualnog kapitala. Menadžment preduzeća, ukoliko želi povećati produktivnost i efikasnost, mora se fokusirati i na nove oblike vrednovanja poslovanja. Koju od ponuđenih metoda izabrati, zavisi u prvom redu od njihovih potreba, kao i od specifičnosti svakog pojedinog preduzeća. Rešenjem problema utvrđivanja vrednosti intelektualnog kapitala preduzeća dolazimo i do rešenja problema ukupne procene vrednosti preduzeća. Temeljno pitanje kod procene vrednosti preduzeća od strane investitora je, kolika je njegova sposobnost u stvaranju dodate vrednosti. U normalnim tržišnim uslovima i dostupnosti sredstava za rad, potencijalnu prednost pred konkurencijom čine zaposleni sa svojim intelektualnim kapitalom. Koliki je potencijal takvog preduzeća i kolika je njegova fer vrednost nije jednostavno utvrditi. Sama činjenica da postoji niz metoda procene temeljene na njegovoj materijalnoj imovini kao i metode temeljene na profitnoj snazi preduzeća, upućuje na složenost problema. Jedna od metoda je i metoda tržišne kapitalizacije preduzeća kada se vrednost preduzeća utvrđuje na uređenom tržištu kapitala. S obzirom da svaki predmet vredi onoliko koliko neko za njega želi da plati u određenom trenutku, tako i preduzeće na berzi vredi onoliko koliko je vrednost njegove deonice. Je li vrednost deonice podcenjena ili precenjena i hoće li investitorima doneti profit kroz rast vrednosti i/ili kroz podelu dividendi, temeljno je pitanje svih sadašnjih i budućih deoničara.

4. ZAKLJUČAK

Savremena industrija sve više definiše kroz tehnološke, organizacione i strategije zaštite životne sredine koje poboljšavaju proizvodnju tako da ona može da zadovolji ciljeve preduzeća, društva i države i da se prilagodi promenama. Ovo novo shvatanje proizvodnje odražava rastući nivo integracija funkcija proizvodnje, distribucije i potrošnje unutar lanaca vrednosti.

⁷ Pokrajac, S. (2001) *Menadžment promena i promene menadžmenta*, Beograd: Topy, str. 68.

LITERATURA

- [1] Cvetanović, D. (2017) *Pomeranje globalne industrijske moći*, Beograd: Ekonomski institut.
- [2] Cvetanović, D. (2017) *Inovacije kao faktor razvoja industrije*, doktorska disertacija, Niš: Ekonomski fakultet Univerziteta u Nišu.
- [3] Pokrajac, S. (2001) *Menadžment promena i promene menadžmenta*, Beograd: Topy.
- [4] World Economic Forum (2012). *A Proposed Advanced Manufacturing Framework for Policy-makers, the Private Sector and Society*. Geneva: Global Agenda Council on Advanced Manufacturing, World Economic Forum.

**THE PROGRESS OF THE MACEDONIAN R&D&I SYSTEMS FROM THE
EUROPEAN RESEARCH AREA PRIORITIES' PERSPECTIVE**

Sasho Josimovski

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

Lidija Pulevska Ivanovska

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

Abstract: In the last decade the government of the Republic of Macedonia has expressed a high degree of commitment for implementing their economic programme through support of science, education, R&D and innovation. Therefore, the economic development and improvement of the national competitiveness and company productivity through support of research and innovation is built in the main national policies, laws and strategies. This commitment caused reorganisation of the R&D and innovation governance structure in the country, improvement of the business climate and competitiveness and strengthening the international promotion of the country as an attractive investment destination. Macedonia's Gross Domestic Expenditure on R&D (GERD), which amounted to €42.15m in 2016, was significantly increased when compared to 2011, when was only €16.81m. GERD as a percentage of GDP was also increased from 0.22% in 2011 to 0.43% in 2016, however it is still one of the lowest figures in Europe. The structure of the Macedonian GERD by its sector of performance was not in line with the EU (European Union)-28 averages in 2016. The main weakness was the share of Business Expenditure on R&D, 23.4% of GERD for 2016, which was significantly lower when compared to the corresponding EU average of 64.7% for the same year. However, comparing this figure for the country with 2011, it is significantly increased, since in 2011 was 15.6%. Furthermore, the Republic of Macedonia hasn't adopted its S3 strategy and according to the available national and international RDI (Research, Development and Innovation) statistics it is a modest innovator and has underdeveloped RDI system compared with the EU countries. Certain social and grand challenges are addressed through participation in IPA and other international funding schemes in the domain of energy, health, agriculture, biotechnology, food processing, chemistry, pharmaceutical research and environmental protection. On the other side European Research Area (ERA) is at the heart of the Europe 2020 Strategy and its Innovation Union policy flagship, which aim to ensure that new knowledge-intensive products and services contribute substantially to growth and jobs. Based on analysis of the strengths and weakness of Europe's research systems, six ERA priorities are defined: More effective national research systems; Optimal transnational co-operation and competition; An open labour market for researchers; Gender equality and gender mainstreaming in research; Optimal circulation, access to and transfer of scientific knowledge; and International cooperation. The priorities comprise a methodological framework for evaluation of the progress of the national research systems. This framework is used in this paper to assess the progress of RDI systems of the Republic of Macedonia and the level of its compatibility with ERA from the perspective of national policies in this area.

Keywords: research and development, innovation, European research area, gross domestic expenditure on R&D, ERA priorities

**НАПРЕДОКОТ НА СИСТЕМИТЕ ЗА ИСТРАЖУВАЊЕ, РАЗВОЈ И ИНОВАЦИИ
НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА ОД ПЕРСПЕКТИВА НА ПРИОРИТЕТИТЕ НА
ЕВРОПСКАТА ИСТРАЖУВАЧКА ОБЛАСТ**

Сашо Јосимовски

Економски факултет, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, sasojos@eccf.ukim.edu.mk

Лидија Пулевска Ивановска

Економски факултет, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, lidijap@eccf.ukim.edu.mk

Резиме: Во последната декада владата на Република Македонија изрази висок степен на подготвеност за имплементирање на нејзините економски програми преку поддршка на науката, образованието, истражувањата и развојот и иновациите. Затоа, економскиот развој и подобрувањето на националната конкурентност и продуктивноста на компаниите преку поддршката на истражувањето и иновациите се вградени во главните национални политики, закони и стратегии. Ваквата посветеност предизвика реорганизација на структурата на управување на истражувањата, развојот и иновациите во земјата, подобрување на бизнис климата и конкурентноста и зајакнување на меѓународната промоција на земјата како атрактивна инвестициска дестинација. Бруто-трошоците за истражување и развој (БТИР), кои изнесуваа €42.15m во 2016 година, значително се зголемени во споредба со 2011 година, кога изнесувале само €16.81m. БТИР како процент од БДП исто така се зголемени од 0.22% во 2011 година, на 0.43% во 2016 година, но и понатаму оваа статистика е меѓу најниските во Европа. Структурата на БТИР според секторот на извршување не е иста со онаа на ЕУ. Главна слабост е делот на бизнис трошоците за истражување и развој, кои изнесувале 23.4% од БТИР во 2016 година, што е значително пониско од соодветниот ЕУ просек од 64.7% за истата година. Ако се спореди оваа статистика за земјата со 2011 година, таа е значително зголемена, со оглед на тоа што во 2011 година изнесувала 15.6%. Понатаму, Република Македонија нема усвоено S3 стратегија и според националните и интернационалните статистики за истражување и развој земјата е во групата на најскромни иноватори со недоволно развиен истражувачки и иновациски системи споредено со оние на ЕУ. Одредени општествени предизвици се поддржани преку ИПА фондовите и други меѓународни шаблони на финансирање во областите на енергијата, здравството, земјоделието, биотехнологиите, производството на храна, хемијата, фармацевтските истражувања и заштитата на животната средина. Од друга страна Европската истражувачка област е во срцето на Европската 2020 стратегија и нејзината политика на иновациската унија, кои имаат за цел да обезбедат нови производи и услуги кои базираат на знаење, а кои значајно придонесуваат за економскиот раст и креирањето на нови работни места. Врз база на анализата на добрите и лошите страни на Европските истражувачки системи и целите за подобрување на перформансите и ефективноста на Европските истражувачки системи, дефинирани се шест приоритети: Поефикасен национален истражувачки систем; Оптимална транс-национална соработка и конкурентност; Отворен пазар на труд за истражувачи; Родова еднаквост во истражувањето; Оптимална циркулација, пристап и трансфер на научно знаење; и Меѓународна соработка. Приоритетите претставуваат методолошка рамка за евалуација на напредокот на националните истражувачки системи. Оваа рамка се користи во овој труд за оценка на напредокот на истражувачкиот и иновацискиот систем на Република Македонија и на степенот на неговата компатибилност со Европската истражувачка област.

Клучни зборови: истражување и развој; иновации; Европска истражувачка област; бруто трошоци за истражување и развој, приоритети на Европска истражувачка област

1. INTRODUCTION

The Macedonian research system and its governance are highly centralised at state level, with insufficient involvement of the other stakeholders in the development and implementation of R&D policies, and with a dominance of the public institutions in the both R&D funding and performing structures⁸. The ultimate vision of the government of the Republic of Macedonia for economic development and improvement of the national competitiveness and company productivity through support of science, education, R&D and innovation is built in the main national policies, laws and strategies. The framework for these policy developments comprises a Law on Innovation Activity (LIA), changes on the Law on Scientific and Research Activities (LSRA) and the Western Balkans Regional R&D Strategy on Innovation (WBRDSI), all adopted in 2013, Innovation Strategy for the Republic of Macedonia for the period 2012-2020 (ISRM 2012-2020) and a new Law on Higher Education (LHE) adopted in 2018. However, general impression is that the implementation of the policies has been slowed down due to the low capabilities of the private sector for performing RDI activities, weak university-industry linkages, incomplete reorganisation of the governance structure and the unavailability of sufficient funding from both public and private sources. Additionally, there are no clear results-based financial policies for the distribution of the public R&D and innovative funds among performing units.

⁸ World Bank, Western Balkans Regional R&D Strategy on Innovation, Country Paper Series, Republic of Macedonia, World Bank Technical Assistance Project (P123211), 2013.

The public funding of the education, science and innovation in the country is highly prioritised by the government of the Republic of Macedonia. The state universities as the main performing sector in the country are provided with institutional funding for all of their basic activities, in regard to the number of students and study programmes. The scientific output of the universities is not criteria for their funding.

2. MACEDONIA AS INVESTMENT DESTINATION

The Republic of Macedonia has a small open economy in which exports and imports account for a considerable part of GDP. The economy has an unfavourable structure since it is based on traditional sectors that are by nature not knowledge-driven. Furthermore, the national industry builds its competitiveness on a relatively inexpensive workforce which also negatively influences the demand for knowledge⁹. Since 2008 the government has organised an intensive international promotion of the country as an attractive investment destination. However, the output in the observed period has been dissatisfactory, and the country lags behind all comparative economies. According to the National Bank of the Republic of Macedonia, net foreign direct investment (FDI) in Macedonia fell to a €227m in 2017 from €338m in 2016. The majority of the FDI inflows have been almost exclusively privatisation-driven and market-seeking. These disappointing numbers could be explained by various factors starting with the small market size of the country's economy, the sluggish economic development, adverse prospects for future growth, the bureaucratic and administrative constraints, and lack of law enforcement¹⁰. Despite all of this, manufacturing, remains the biggest FDI sector with share of 58% in 2016. Furthermore, the current manufacturing facilities are technologically obsolete due to low levels of investment in fixed assets. This is an impediment to the sector's competitiveness. Part of the FDIs was in the medium and high-tech industry sector, which is expected to increase the participation of the medium and high-tech product in the total country's export. However, the share of exports related to high-tech products in the Republic of Macedonia is low and the economy performs significantly better with regard to exports of medium-tech products. This is mostly due to automotive industry growth in the Republic of Macedonia, where high- and medium-tech products accounted for 56 % of manufactured exports.

The ISRM 2012-2020 recognises that successful economic development does not necessarily coincide with an increasing share of production in high technology sectors. High value added activities can also be found in traditional sectors and innovation can help firms move from low-value added activities to high-value added activities. Hence, instead of trying to artificially develop specific sectors such as high technology sectors, the innovation policy of the country takes a neutral stance regarding sectors and primarily fosters the innovation capabilities of businesses horizontally. It is up to the complementary policies to direct resources towards sectors where endowments and capabilities offer the greatest potential for moving up the value chain, thereby facilitating smart specialisation¹¹.

3. THE EFFICIENCY OF THE MACEDONIAN R&D SYSTEM

The National Strategy for Scientific R&D Activities 2020 (NSSRA 2020) and the National Programme for Scientific R&D Activities 2012-2016 (NPSRA 2012-2016) propose the newest R&D targets for the country. According to these targets, the country's expenditures in R&D as percentage of GDP should be 1% in 2016 and 1.8% in 2020, with 50% of the GERD performed by private businesses. The previous national R&D targets adopted by the Ministry of Education and Science (MES) in 2008 have obliged the government to increase scientific research funds by approximately 35% per year until reaching the EU target of 3% of GDP. However, the both targets have not been achieved. The Republic of Macedonia is continuously working towards improvement of the operational efficiency of the state institutions involved in RDI and provision of high quality public service for the citizens and businesses by using the power of technologies and innovations. The country is ranked 79th out of 193 countries by its E-government Development Index (EGDI) and 71st out of 193 countries by its E-participation index in 2018. The rank of the country has significantly increased, since in 2014 it was ranked on the 96th place by its E-government

⁹ OECD, Assessment of the National Innovation System of the Republic Macedonia, Paris, 2013

¹⁰ OECD, Assessment of the National Innovation System of the Republic Macedonia, Paris, 2013

¹¹ Government of the Republic of Macedonia, Innovation Strategy of the Republic of Macedonia for 2012-2020, 2012

development index and the 134th place by its E-participation index. In absolute number, EGDI (ranked 0-1) has increased from 0.4720 in 2014 to 0.6312 in 2018¹².

According to the latest available data from the State Statistical Office of the Republic of Macedonia (SSORM), GERD as a percentage of GDP was 0.52% in 2014, 0.45% in 2015 and 0.43% in 2016, significantly lagging behind the EU average of 2.04% in 2016. However, the GERD was substantially increased when compared with 2011, when was only 0.22%. The structure of the Macedonian GERD by its sector of performance is unfavourable. The main weakness is the share of BERD, which was 11.57% of GERD in 2014, 17.2% in 2015 and 23.4% in 2016. The leading performing sector in the country was Higher Educational Sector (HES) with 73.44% of GERD in 2014, 68.1% in 2015 and 63.1% in 2016, while the participation of the government sector as a share of GERD was 14.99% in 2014, 13.9% in 2015 and 11.1% in 2016. The structure of the GERD by funding source is also unfavourable. The government sector is the main funding sector for R&D activities in the country with 69.5% of GERD in 2014, 52.8% in 2015 and 46.4% in 2016, while the private R&D funding was only 20.1% of GERD in 2014, 15.3% in 2015 and 20.5% in 2016. However, private R&D finding in both terms, absolute and relative, was significantly increased in 2016 when compared with 2015 for 39% and 34% respectively¹³.

The total Government Budget Appropriations or Outlays on R&D (GBAORD) in the Republic of Macedonia were €19.57m in 2016, a considerable decrease of 36% when compared to the year 2014. The GBAORD as a percentage of GDP in 2016 were increased to 0.2 compared to the year 2010, when they were 0.14. However, GBAORD as a percentage of GDP are more than three times less than the EU average. The R&D figures of the country show that in the period 2012-2016 the government did not fulfil the R&D target for this period, which proposed 1% expenditures on R&D as percentage of Gross Domestic Product (GDP), with 50% of the Gross Expenditures on R&D (GERD) performed by private businesses.

According to the European Innovation Scoreboard 2018 the Republic of Macedonia is categorised as a modest innovator. Performance relative to the EU in 2010 has increased strongly for the Republic of Macedonia for 12.1%. In other words, in 2010 the performance of the country was 34% of the EU average, while in 2017 Macedonian performance was 47% of the EU average for 2010, or 44% of the EU average for 2017. Therefore, the performance index for the country is significantly below the EU average. The strongest innovation dimensions are Attractive research systems and Innovators, while the weakest are Sales impacts and Intellectual assets. Regarding the structural differences with the EU, the employment share in manufacturing is well above the EU average. Furthermore, GDP per capita, the employment share in services and the buyer sophistication are well below the EU average. The position of the country is a consequence of the marginalised position of the RDI system since country's independence in 1991, and low participation of private companies in the creation of R&D and innovation policies. While steps have been taken to improve legislation for coordination, clear effective monitoring and evaluating system of the RDI policy in the country is still missing.

The structural challenges of the Macedonian RDI system are as follows¹⁴ :

- Inefficient governance of the innovation system;
- Lack of quality human resources for RDI;
- Weak science-industry linkages;
- Low capacity for innovation by the companies; and
- Absence of a national roadmap for building quality research infrastructures.

The World Bank's comprehensive analysis of the RDI system of the Republic of Macedonia from 2013¹⁵, has identified its governance as one of the main policy challenges which does not provide efficient legal and policy arrangements for a supportive environment in private sector and university-enterprise cooperation. RDI data also shows small capacity of the private sector being directly involved in RDI activities, and insufficient capacity to

¹² United Nations, UN E-Government Knowledgebase, <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/170-The-former-Yugoslav-Republic-of-Macedonia> accessed 05.09.2018

¹³ State Statistical Office of the Republic of Macedonia (2010-2018): Statistical Yearbooks 2009-2017

¹⁴ European Commission, Research inventory&Country Report&ERA Communication Fiche for the Republic of Macedonia 2013, Brussels, 2014.

¹⁵ World Bank, Western Balkans Regional R&D Strategy on Innovation, Country Paper Series, Republic of Macedonia, World Bank Technical Assistance Project (P123211), 2013.

establish linkages with scientific institutions. Despite the significant investments in RIs through the measure Equipping Laboratories for Scientific Research and Applicative Activities (ELSR), the country has not adopted the national roadmap for quality Research Infrastructures (RIs), which can further utilise the existing and the new RIs. The priorities, specific measures and laws that were derived from the adopted policies' action plans have had direct positive influence on the selected structural challenges. As a consequence, the analysis of the national RDI system presented as a part of the WBRDSI shows some progress towards overcoming the structural challenges.

4. LABOUR MARKET AND INTERNATIONAL COOPERATION

The commitment of the government to strengthen national RIs and access to intergovernmental and European infrastructures is realised through the following initiatives: (1) country's participation in the CERN through the National Agency for Nuclear Technologies, established in 2010; (2) establishment of the MARNet as an independent institution in 2011 and the Macedonian Point for Internet Traffic Exchange (MatrIX) within MARNet; and (3) adoption of the four-year measure ELSR. ELSR is the largest governmental investment which improves the RIs at public universities and institutes. Since 2012 the government has obliged the public institutions to open laboratories for external users and foreign researchers. The involvement of the country in ESFRI infrastructures is still in its early stages and no areas of specialisation have been specified for the country¹⁶.

In the observed period, the biggest share of the increased state budget for science was spent for the governmental measure ELSR. Consequently, the existing RIs in the country have been notably improved. According to the governmental internal report, the Macedonian Academic and Research Network (MARNet) as an independent institution enables secure, reliable and efficient usage of domestic and international network resources by the research community in the country.

The Republic of Macedonia is currently a part of the Western Balkans Regional R&D Strategy on Innovation (WBRDSI), which is regional initiative for development of a joined strategy that integrates the strategies of all countries involved, and additionally sets regional priorities and measures.

National R&D policies focus on general research support and promotion. However, the NPSRA 2012-2016 takes into consideration certain social challenges and the Grand research challenges are addressed through participation in international projects in the domain of agriculture, biotechnology, food processing, chemistry, pharmaceutical research, and environmental protection.

The national EURAXESS portal was set up by the Macedonian Academy of Science and Arts (MASA) in 2011. MASA is a bridgehead organisation (BHO) for EURAXESS network as a representative of the Republic of Macedonia. The national EURAXESS portal enables easier integration of Macedonian researchers into Europe by supporting the mobility of researchers in both directions, to and from the Republic of Macedonia. However, due to the low inflow of researchers in the country, only a few posts published by Macedonian organisations have been hosted on the portal. The activities within the network are coordinated by MASA on voluntary basis, and they are not supported by any national regulation.

In these circumstances the domestic HES has been the only supplier of researchers and academic employees at the universities. On the other hand, the international position of the Macedonian HES is very weak, and it is listed only on "Webometrics Ranking of World Universities" where the "Ss. Cyril and Methodius" university was ranked on 1,627th place in 2018 and the other universities were ranked after 3,400th place out of the total 11,995 universities.

The available RDI statistics show a very low quality of human resources in the country and low quality of the HES as the main provider of researchers¹⁷. Due to the insufficient development of the educational and research systems there has been almost no inflow of researchers and university professors from abroad. For the same reason, an outflow of quality researchers and professors was recorded in the period following the independence of the country in 1991, which additionally decreased the quality of human resources for research and innovation. In the period 1995-2005, the emigration rate of tertiary educated labour force from the country approached remarkable 30%, the

¹⁶ European Commission, Research inventory&Country Report&ERA Communication Fiche for the Republic of Macedonia 2013, Brussels, 2014.

¹⁷ European Commission, Research inventory&Country Report&ERA Communication Fiche for the Republic of Macedonia 2013, Brussels, 2014

leading score among the SEE countries¹⁸. According to the SSORM, the total number of researchers in Macedonia has increased for 5% in 2016 when compared with 2015. The HE sector comprises 84.3% of the total number of researchers, and 82.3% of the total number of the published works in the country. The share of the researchers employed in the business sector is 4.7% in 2016, increased when compared with 2014 when was only 2.7%. A very low quality of human resources in the country and low quality of the HES as the main provider of researchers is noted also in the European Commission's report from 2017¹⁹.

Gender equality as a principle in all areas and sectors of the society has been enshrined in the Constitution, the Law on Equal Opportunities of Women and Men (LEO) and the National Strategy on Equality and non-Discrimination 2012-2015 (NSEND 2012-2015). The first version of LEO, adopted in 2006, prescribes that all public institutions, including R&D units and decision-making bodies, should aim to increase participation of less represented gender to a minimum of 40%. The new version of the LEO, along with the National Strategy on Equality and non-Discrimination 2012-2015 (NSEND 2012-2015), was adopted in 2012. The law and the strategy envision measures and actions for gender equality in all private and public sectors and decision-making bodies. The actions and measures should increase the participation of less represented gender as far as equal participation of both genders is achieved. However, no R&D specific action or measure is proposed by national authorities regarding the gender equality and gender dimension in research. Additionally, no study is available for the country that thoroughly analyses the situation of women and men in science and research community. The LEO envisions establishment of inter-sectoral working group coordinated by the Ministry of Labour and Social Policy (MLSP). The mission of the working group is promoting and monitoring the implementation of the strategy's targets on gender equality and equal gender treatment.

Since the universities and research institutions are the most important actors in research and innovation systems in transition and developing economies, the participation in EU RDI projects and establishing international partnerships through these projects is an important indicator of the country's capacity for internationalization of RDI activities. According to the European Commission database for the Framework Programme Horizon 2020, the Republic of Macedonia participated in 510 eligible applications, out of which 51 applications were retained for financing. The success rate was 10%, which is worse than the Western Balkan average success rate of 11%. Regarding the distribution of the total EU contribution for Western Balkan countries in the Framework programme Horizon 2020, the institutions from the Republic of Macedonia were granted with 7.5% of the total, which is modest amount comparing the share of Serbia which is 82,4%. However, The Serbia and Macedonia are the most successful Western Balkan countries regarding the financial effect from Horizon 2020 programme. In order to get the relative progress of the RDI system of the Republic of Macedonia, the performance of the country in Horizon 2020 is compared with its performance in the Framework Programme 7. The available information for the distribution of the EU contribution for the Western Balkan countries show that the share of the Macedonian institutions was 14.2%, almost double than the share in Horizon 2020. On contrary, the institutions from Serbia had share in Framework Programme 7 of 74.5%, obviously significantly increased in Horizon 2020. It is interesting to mention that the share of the two most successful countries Serbia and Macedonia has almost equal share in Horizon 2020 and Framework Programme 7, around 90%²⁰. European Commission presents also the information on participations and the share of small and medium-sized enterprises (SMEs) in funded projects. According this parameter, among the Western Balkan countries Serbia and Macedonia show again the best performances (23,7% and 11,94% respectively).

5. CONCLUSION

Despite the major increase of the state budget for science in 2016 for 151% compared to 2011 and the intensive international promotion of the country as an attractive investment destination, limited access for finance; low capacity and research culture of the private sector for performing RDI activities; weak science-industry linkages;

¹⁸ European Commission, Initial RIS3 Assessment of a Selected WB Country or region, WB-INCO.NET project deliverable D8.59, 2013.

¹⁹ European Commission, Harnessing the potential: Research Capacity in the Western Balkans, Report of the Erasmus+ project SPHERE (Support and Promotion for Higher Education Reform Experts), 2017.

²⁰ European Commission, Supporting an Innovation Agenda for the Western Balkans, Tools and Methodologies, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2018.

and unfavourable structure of the economy are still the main shortcomings of the RDI system in the Republic of Macedonia compared to the international standards. Participation of the country in the trans-regional and international collaboration networks is rather limited due to the low quality of higher educational sector and human resources. However, the investment in medium and high-tech industry sectors through FDI and the increased entrepreneurial dynamics through the Fund for Innovation and Technological Developments could be regarded as positive signals towards strengthening the innovation in the country.

The country has strengthened the governance of the research and innovation system through its re-organisation and establishment of new bodies with increased decision-making power. The current policy documents and laws state and promote triple helix activities, however the low capacity of private sector for innovation and weak industry-science linkages limit their positive effects. Quadruple helix activities are in early stage of development, since they are not strengthened with links from/to the civil society. E-government public services are partially used in the country, while demand-side measures that stimulate research and innovation are missing in national policies and action plans.

REFERENCES

- [1] ERAC (European Research and Innovation Area Committee), ERAC Opinion on the ERA Roadmap, Brussels, 2015.
- [2] European Commission, Initial RIS3 Assessment of a Selected WB Country or region, WB-INCO.NET project deliverable D8.59, 2013.
- [3] European Commission, Research inventory&Country Report&ERA Communication Fiche for the Republic of Macedonia 2013, Brussels, 2014.
- [4] European Commission, Harnessing the potential: Research Capacity in the Western Balkans, Report of the Erasmus+ project SPHERE (Support and Promotion for Higher Education Reform Experts), 2017.
- [5] European Commission, Supporting an Innovation Agenda for the Western Balkans, Tools and Methodologies, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2018.
- [6] European Commission, European Innovation Scoreboard 2018, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2018.
- [7] European Commission, Innovation Union Scoreboard 2017, Brussels, 2018.
- [8] Government of the Republic of Macedonia, Innovation Strategy of the Republic of Macedonia for 2012-2020, 2012.
- [9] Government of the Republic of Macedonia, National Programme for Scientific R&D Activities 2012-2016, 2012.
- [10] Morgan K., Smart Specialisation: Opportunities and Challenges for Regional Innovation Policy, Regional Studies, 49:3,480-482, DOI:10.1080/00343404.2015.1007572, 2015.
- [11] OECD, Assessment of the National Innovation System of the Republic Macedonia, Paris, 2013.
- [12] State Statistical Office of the Republic of Macedonia (2010-2018): Statistical Yearbooks 2009-2017.
- [13] United Nations, UN E-Government Knowledgebase, <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/170-The-former-Yugoslav-Republic-of-Macedonia> accessed 05.09.2018
- [14] World Bank, Western Balkans Regional R&D Strategy on Innovation, Overview of the Research and Innovation Sector in the Western Balkans, World Bank Technical Assistance Project (P123211), 2013.
- [15] World Bank, Western Balkans Regional R&D Strategy on Innovation, Country Paper Series, Republic of Macedonia, World Bank Technical Assistance Project (P123211), 2013.
- [16] World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2017-2018, 2018

CONCEPTUAL NATURE AND COMPONENT STRUCTURE OF THE EMPLOYER'S BRAND AS AN INNOVATIVE INSTRUMENT IN THE STRATEGIC MANAGEMENT OF HUMAN CAPITAL

Nedka Nikolova

Technical University – Varna, Bulgaria, n.nikolova@tu-varna.bg

Abstract: The rapid development of high technologies and the intensive update of the technological and socio-economic infrastructure of the society, the dynamic state of the economy and the growing competition in the open labor market are only a part of the factors that make the problem of the shortage of highly qualified specialists a global, multi-dimensional and multi-level problem. As a new phenomenon, it requires formulation, structuring and complex research - in a managerial, organizational, social, economic and psychological aspect. The expansion of its borders on a planetary scale and the tendency of its intensification turn it into one of the most acute issues of the modern information society. Labor market globalization and the "war for talents" motivate many companies to seek new management approaches. With the development of the theory and methodology of marketing and the expansion of its practical application on the basis of modern information technology, more and more companies use marketing tools to formulate and implement their competitive strategies. The idea of applying the marketing approach to the strategic management of the human capital in the organization has been proposed and discussed for the first time by the marketing experts *Simon Barrow* and *Tim Ambler* in the period 1990-1996, when they both identified and defined for the first time a specific employer's brand (*Employer Brand - EB*), also called *Human Resources Brand (HR - brand)*, different from the common corporate brand and the product brands of the organization. Unlike other corporate brands, HR-brand identifies the organization as an employer. HR-brand is a new socio-economic and management phenomenon that is now forming its theory and develops its potential in practice. The interest in its application is increasing on a global scale, both in theory and practice. As far as the human capital is key to both small and large companies, it is equally applicable to all organizations, regardless of size and industry. The concept of the HR-brand is rapidly developing as an effective marketing tool for strategic human capital management, creating a positive corporate identity and increasing the competitiveness of the organization, but to date there is no systematized theory and methodology. With increasing interest, its conceptual nature, component structure, models and technology for construction and development, as well as the effects of its strategic application are being discussed. Various approaches, methodologies, models that have a fragmentary character are proposed in the specialized scientific literature. The belief that, to the extent that the employer's brand expresses its unique identity, it is widely believed that it should be created and developed according to a unique internal project of the organization.

The main goal of the author in this publication is the systematization of the results of the theoretical research on the conceptual nature, boundaries and component structure of the employer's brand as an innovative marketing tool in the strategic management of the human capital in the organization. The best practices of leading global companies included in the "Fortune Global 500 Companies" are discussed. The practical significance of the study is the possibility that the results could be used by Bulgarian companies in the competitive struggle for attracting talents

Keywords: employer branding, human resources brand, human capital management, talent management

КОНЦЕПТУАЛНА СЪЩНОСТ И КОМПОНЕНТНА СТРУКТУРА НА БРАНДА НА РАБОТОДАТЕЛЯ КАТО ИНОВАТИВЕН ИНСТРУМЕНТ В СТРАТЕГИЧЕСКОТО УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИЯ КАПИТАЛ

Недка Николова

Технически университет – Варна, България, n.nikolova@tu-varna.bg

Резиме: Бързото развитие на високите технологии и интензивното обновяване на технологичната и социално-икономическата инфраструктура на обществото, динамичната конюнктура и нарастващата конкуренция на отворения трудов пазар, са само част от факторите, които превръщат проблема с недостига на висококвалифицирани специалисти в глобален, многоаспектен и многостепенен проблем. Като нов

феномен, той се нуждае от формулиране, структуриране и комплексно изследване – в управленски, организационен, социален, икономически, психологически аспект. Разширяването на неговите граници в планетарен мащаб и тенденцията към неговото задълбочаване го превърнаха в един от най-острите проблеми на съвременното информационно общество. Глобализацията на трудовия пазар и „войната за таланти“ мотивират много компании да търсят нови управленски подходи. С развитието на теорията и методологията на маркетинга и разширяването на неговото практическо приложение на основата на съвременните информационни технологии, все повече компании използват маркетингови инструменти при формулирането и реализацията на своите конкурентни стратегии. Идеята за прилагането на маркетинговия подход в стратегическото управление на човешкия капитал в организацията е предложена и обсъдена за първи път от маркетинговите експерти *Simon Barrow* и *Tim Ambler* в периода 1990-1996 г., когато двамата обособяват и дефинират за първи път специфичен бранд на работодателя (*Employer Brand - EB*), наречен още *Human Resources Brand (HR – brand)*, различен от общия корпоративен бранд и продуктите брандове на организацията. За разлика от останалите корпоративни брандове, HR – brand идентифицира организацията в качеството и на работодател. HR-бранд е нов социално-икономически и управленски феномен, който сега формира своята теория и развива своя потенциал в практиката. Интересът към неговото приложение нараства в глобален мащаб, както в теоретичен, така и в практически план. Концепцията за HR-бранд се развива бързо като ефективен маркетингов инструмент за стратегическо управление на човешкия капитал, създаване на позитивна корпоративна идентичност и повишаване на конкурентоспособността на организацията, но до днес няма систематизирана единна теория и методология. С нарастващ интерес се дискутират неговата концептуална същност, компонентна структура, модели и технология за изграждане и развитие, както и ефектите от неговото приложение в стратегически план. В специализираната научна литература са предложени различни подходи, методици, модели, които имат фрагментарен характер. Широко се подкрепя и схващането, че доколкото брандът на работодателя изразява неговата уникална идентичност, той трябва да се създава и развива по уникален вътрешен проект на организацията.

Основна цел на автора в настоящата публикация е систематизация на резултатите от теоретичните изследвания относно концептуалната същност, границите и компонентната структура на бранда на работодателя като иновативен маркетингов инструмент в стратегическото управление на човешкия капитал в организацията. Обсъдени са най-добрите практики на водещи глобални фирми в каласацията на „*Fortune Global 500 Companies*“. Практическата значимост на изследването е във възможността резултатите да бъдат използвани от български компании в конкурентната борба за привличане на таланти.

Keywords: employer branding, human resources brand, human capital management, talent management

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Стратегическото управление на човешкия капитал е нова концепция в еволюцията на управленската теория и практика, която се развива в отговор на новите предизвикателства на глобалната среда, в която функционира бизнесът на XXI-ви век. В условията на нарастваща конкуренция и неопределеност на отворените глобални пазари ще оцелеят само тези организации, които осъзнаят ключовата роля на своя човешки капитал и насочат неговата креативност към генериране на потенциала, който им е необходим за адаптация и управление на промените. На основата на специализирани научни изследвания в глобален мащаб е изведена констатацията, че „в условията на демографска криза и все по-интензивни масови миграции, през последното десетилетие търсенето и привличането на таланти и висококвалифицирани специалисти се превърна в първостепенно предизвикателство пред мениджмънта на всяка компания“²¹. В своя 15-ти Доклад за резултатите от ежегодните анкетни проучвания на мениджърите на водещи глобални фирми в каласацията на „*Fortune Global 500 Companies*“, представен на Световния икономически форум в Давос (Швейцария) през януари 2017 г., международната консултантска група „PriceWaterhouseCoopers“ отбелязва, че „над 90% от анкетиранияте бизнеслидери на най-големите компании в света гледат с оптимизъм на развитието на бизнеса си и оценяват позитивно перспективите за икономическия растеж в следващите три години, но отчитат като нарастващ проблема с недостига на таланти и висококвалифицирани

²¹ Bershin J., *The Talent Agenda for 2015: What comes after “Integrated Talent :anagement*, Deloitte Consulting LLP, 2014, p. 34

специалисти като ключов фактор за конкурентоспособността на своята компания”²². В доклада се констатира нова тревожна тенденция: за разлика от предходните години: повече от една трета от най-големите компании в света считат, че им е по-трудно да открият и привлекат таланти, а повече от една четвърт признават, че им е трудно да ги задържат. Над 42% от анкетираните глобални компании планират разширяване на бизнеса си и привличане на нови специалисти през следващите три години, но нямат увереност, че ще успеят да ги осигурят в това качество, в което са им необходими.

Недостигът на ключови специалисти е пряка заплаха за развитието на бизнеса и това се отнася до всички организации, независимо от техния размер, национална и браншова принадлежност. За да постигнат конкурентно предимство в динамична пазарна среда и под непрекъснатия натиск за промяна, организациите се стремят към *нови управленски подходи и иновативни стратегии*, базирани на новите модели на знанието, креативността и компетентността. С развитието на теорията и методологията на маркетинга и разширяването на неговото практическо приложение на основата на съвременните информационни технологии, все повече компании използват маркетингови инструменти при формулирането и реализацията на своите конкурентни стратегии. HR-брендинг е нов иновативен подход в стратегическото управление на човешкия капитал на организациите.

2. ЕВОЛЮЦИЯ НА КОНЦЕПЦИЯТА „HUMAN RESOURCES BRAND” КАТО ИНОВАТИВЕН ИНСТРУМЕНТ ЗА СТРАТЕГИЧЕСКО УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИЯ КАПИТАЛ В ОРГАНИЗАЦИЯТА

Американската асоциация по маркетинг (*American Marketing Association - AMA*) дефинира понятието „бренд” (*brand* от англ.) като „име, термин, дизайн, символ или всеки друг обект, с който се идентифицира стока или услуга и се разграничава от аналогичните стоки и услуги, представени от конкурентите”²³. Най-съществена съдържателна характеристика на брендовете е тяхната уникалност, всеки бренд се отличава по своите свойства, качества, атрибути, които определят неговата специфика. Те формират „специфичният начин по който брендът се изразява, неговата вътрешна и външна форма, по която потребителите го узнават, възприемат, запомнят и осъзнават”²⁴.

С понятието *Employer Brand (EB)*, наречен още *Human Resources Brand (HR – brand)*, в теорията и практиката на стратегическото управление се обозначава брендът, който идентифицира организацията като работодател. Доколкото човешкият капитал има ключово значение както за малките, така и за големите компании, той е еднакво приложим във всички организации, независимо от техния размер и отраслова принадлежност. В научната литература се приема, че самото понятие е въведено за първи път през 1990 г. от *Simon Barrow* като „*Employer Brand*” в негова статия в *Journal of Brand Management* (1990). Днес понятията „*Employer Brand*” и „*HR – brand*” се използват като синоними за обозначаване на бранда на работодателя. В последните научни изследвания все повече се налага схващането, че по-точното наименование е „*HR-бренд*”, доколкото това понятие отразява по-точно съдържателната му характеристика и обхвата му като процес, който обхваща всички дейности на *Human Resources Management (HRM)* в организацията. Първата систематизирана дефиниция се открива в изследване на *Simon Barrow* и *Tim Ambler* (1996), в която брендът на работодателя се разглежда като „свкупност от функционални, психологически и икономически преимущества (предимства), предлагани от работодателя и отъждествявани с него”²⁵. През 2006 г. *Bret Minchington*, маркетингов експерт в „*The Employer Brand Institute*” развива и допълва тази дефиниция. Той формулира бранда на работодателя като „имиджът на една организация като „страхотно място за работа” в съзнанието на настоящите и служители и ключови стейкхолдери на външния пазар, включително активни и пасивни кандидати за работа, клиенти, потребители и други”²⁶. Така се формира първото концептуално схващане за HR-бренд като свкупност (набор) от специфични характеристики, с които от една страна,

²² 15th Annual Global CEO Survey, URL: <http://www.pwc.com/gx/en/eco-survey/index>

²³ <http://www.ama.org>

²⁴ Christiaans L., *International Employer Brand Management: A Multilevel Analysis and Segmentation of Students' Preferences*, Springer Science & Business Media, 2013, p. 62

²⁵ Ambler T, S. Barrow, *The Employer Brand*, *Journal of Brand Management*, 4, 1996, p.185-206

²⁶ Minchington B., *Your Employer Brand attract-engage-retain*, *Collective Learning Australia*, 2006, p. 19

настоящите и потенциални работници и служители на една организация я асоциират като работодател, а от друга страна – с които компанията би желала да се асоциира.

Фундаменталният труд на *Simon Barrow* и *Richard Mosley* – „*The Employer Brand: Bringing the Best of Brand Management to People at Work*” (2005) бележи нов етап в развитието на маркетинговите инструменти в стратегическото управление на човешкия капитал на организацията. В този период на глобалната финансова и икономическа криза и „криза на икономическата теория”, бизнесът активно търси нови управленски подходи, модели и инструменти за антикризисно управление. Книгата предлага нов, иновативен маркетингов подход, основан на технологията на модерния брандинг, който бързо доказва своята ефективност и практическа приложимост в различни по размер и отраслова принадлежност организации. За по-малко от три години екипът на *Simon Barrow* развива мащабна изследователска и практическа дейност по разработването на HR-бренд за най-големите компании, в класацията на „*Fortune Global 500 Companies*”. В хода на тези изследвания е констатирано, че при работодатели със силен HR-бренд текучеството на работниците и служителите е намалено с 28%, а разходите за набор и подбор на висококвалифицирани специалисти са съкратени два пъти²⁷.

Концепцията за HR-бренд се развива бързо като ефективен маркетингов инструмент за управление на човешкия капитал, създаване на позитивна корпоративна идентичност и повишаване на рентабилността и конкурентоспособността на организацията. Ефектите от нейното приложение могат да бъдат анализирани в три взаимосвързани аспекта:

- за компанията, той е инструмент за стратегическо управление на човешкия капитал, оптимизиране на разходите в дългосрочен план, инструмент за формиране на корпоративната култура, повишаване на иновативността и креативността в организацията и на тази основа повишаване на нейната конкурентоспособност;
- за мениджърите, той е инструмент за своевременно разрешаване на най-значимите проблеми по формирането, развитието и мотивацията на човешките ресурси, повишаване на удовлетвореността от работата и лоялността към работодателя;
- за целевите потребители (вътрешни и външни заинтересовани страни), той е синтезиран транслируем образ за репутацията на компанията като социално-отговорен работодател и добро място за реализация.

В хода на научните дискусии са се формирали няколко подхода към дефинирането на HR-бренд, систематизирани в Таблица 1.

Таблица 1: Развитие на дефиницията на „HR-бренд”

№	Автор	Дефиниция на категорията „HR – бренд”
1	2	3
1.	Ambler T, S. Barrow, (1996)	<ul style="list-style-type: none"> • Съвкупност от функционални, психологически и икономически преимущества (предимства), предлагани от работодателя и отъждествявани с него
2.	Mosley R., (2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Съвкупност от материалните, функционални и психологически изгоди, които получава служителят, който работи в компанията
3.	Backhaus K., S. Tikoo, (2006)	<ul style="list-style-type: none"> • Образът на компанията като добро място за работа в очите на заинтересованите страни (настоящи и потенциални служители, клиенти, акционери и др.); • Набор от икономически, професионални и психологически изгоди, които

²⁷ Bershin J., The Talent Agenda for 2015: What comes after “Integrated Talent :anagement, Deloitte Consulting LLP, 2014, p. 31

		получава работникът или служителят, присъединявайки се към компанията; <ul style="list-style-type: none"> Начинът, по който се формира идентичността на бизнеса, започвайки от базовите основи и ценности и инструментите, с които това достига до всички заинтересовани страни
4.	Mandhanya Y., M. Shah, (2010)	<ul style="list-style-type: none"> Съвкупност от мерки и усилия на компанията по взаимодействието и с настоящите и потенциални служители, които я представят като привлекателно място за работа, а също и активно управление на имиджа на компанията в очите на партньорите и потенциалните служители
5.	Minchington B., (2013)	<ul style="list-style-type: none"> Имиджът на една организация като „страхотно място за работа” в съзнанието на настоящите и служители и ключови стейкхолдери на външния пазар, включително активни и пасивни кандидати за работа, клиенти, потребители и други Имиджът на компанията като работодател, който се определя основно от корпоративната култура
6.	Figurska I., E. Matuska, (2013)	<ul style="list-style-type: none"> Имиджът на компанията, който се асоциира с нейната уникалност като работодател
7.	Bershin J., (2015)	<ul style="list-style-type: none"> Ангажиментът на работодателя е брандът на работодателя

Анализът на цитираните дефиниции дава възможност да изведем следните съществени характеристики на HR–бренд:

1. HR–бренд е комплексен, многопланов феномен, който интегрира елементи на маркетинговия подход, корпоративната култура, организационното поведение, управленски, икономически, психологически и други аспекти;
2. HR–бренд на организацията се идентифицира с нейната репутация, имиджът, образът и представата за работодателя, който тя създава в съзнанието на заинтересованите страни;
3. HR–бренд е управленски инструмент за привличане и развитие на висококвалифицирани и лоялни специалисти, част от общия интелектуален капитал на организацията.

От гледна точка на организационната и личностна психология HR–бренд се определя още като „устойчиви представи и асоциации в съзнанието на целевите аудитории, които представят компанията като привлекателно място за работа”²⁸, също като „ефективен маркетингов инструмент за добро позициониране на работодателя на трудовия пазар за успешно привличане на необходимите му висококвалифицирани специалисти”²⁹. Механизмът на това въздействие е чрез убедително внушение за ангажимента на работодателя да удовлетвори значимите потребности и желания на настоящите и бъдещи служители като създаде работна среда, която да им даде възможност за пълна реализация на професионалния потенциал.

На основата на теоретичния анализ на различните методологически подходи и дефиниции авторът приема следната работна дефиниция за целите на настоящото изследване: *HR–бренд е система от*

²⁸ Pakhol Boris, Employer Brand New Generation, достъпно на www.borispakhol.net

²⁹ Figurska I., E. Matuska, Employer Branding as Human Resources Strategy, Human Resources Management & Ergonomics, 2013, VIII(2), p. 35–51

транслируеми образи, идеи, представи, възприятия за организацията като добро място за работа и за работодателя като социалноотговорен и обществено ангажиран.

3. ГРАНИЦИ И КОМПОНЕНТНА СТРУКТУРА НА БРАНДА НА РАБОТОДАТЕЛЯ

В научната литература няма единно становище относно модела, границите и компонентната структура на HR-бренда. Широко се подкрепят два принципа с отправно методологическо значение:

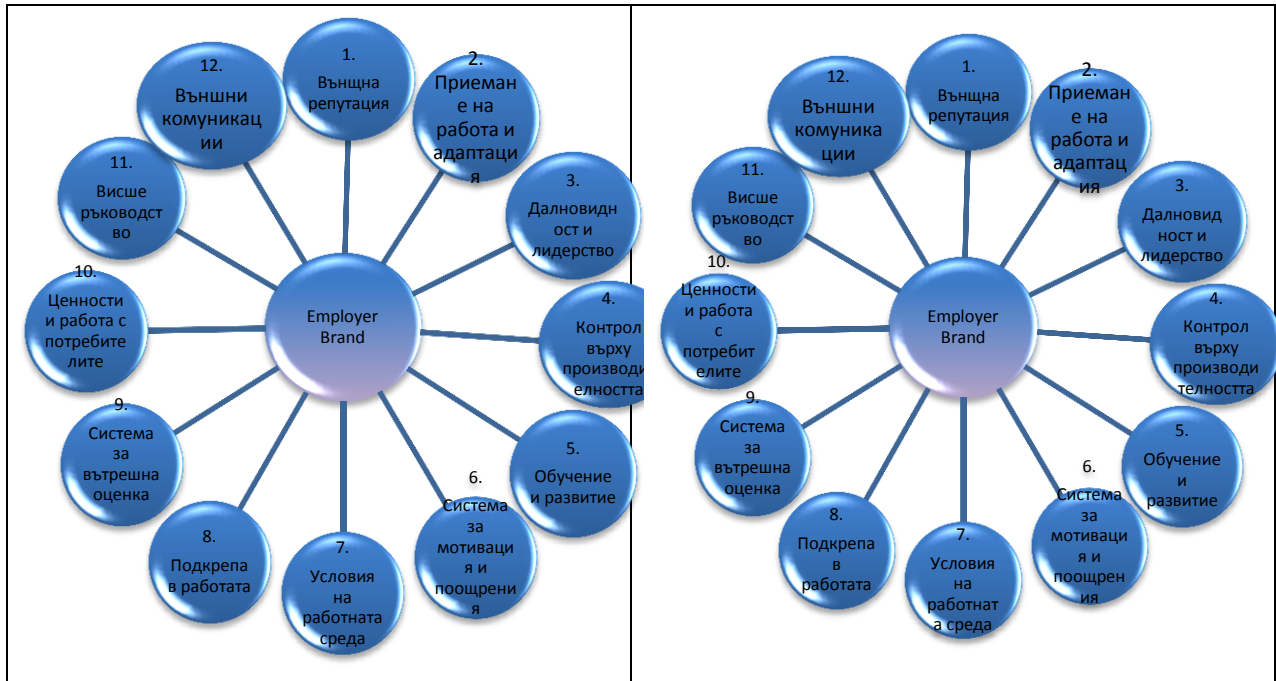
- 1) успешният бренд на работодателя е балансирана система, изградена от два вида компоненти: *първо*, обекти, които са относими към организацията като работодател (цели, ценности, имидж на работодателя) и *второ*, обекти, които са ориентирани към целевите аудитории – пакет от ангажименти на работодателя, които характеризират организацията като социалноотговорен работодател и привлекателно място за работа;
- 2) доколкото брендът на работодателя изразява неговата уникална идентичност, той трябва да се създава и развива по уникален вътрешен проект на организацията.

Първият модел на HR-бренд, наречен „колело на бранда на работодателя” е предложен от *Simon Barrow (1996)*. Той включва основни ключови фактори, приети като количествени показатели, по равнището на които се определя възприемането на бранда от настоящите и потенциални служители на организацията. Въпреки своята популярност, обаче, този модел се оспорва със следните аргументи³⁰: 1) ниска валидност на въпросниците за анкетните проучвания: обикновено се използват електронни проучвания (survey), които са автоматизирани и обезличени; 2) откъснатост от реалността – оценката се провежда по „обобщаващи критерии”; 3) липса на информативност – обикновено въпросниците засягат тесен спектър от потребностите на персонала (заплащането и безопасността на труда, отношенията с мениджърите); 4) висока стойност на изследванията, свързана с необходимостта от работа „на поле” и набиране на голям обем статистическа информация.

През 2005 г. *Simon Barrow* и *Richard Mosley* усъвършенстват този модел, като разделят факторите на две групи: *общи*, на средата, политически и *специфични*, локални, практически, отнасящи се само до организацията. Този модел днес е популярен като „бренд-микс на работодателя” и се прилага при оценката и класирането на най-силните брандове в национални и международни конкурси. Подобреният модел включва 12 ключови фактора, които според авторите имат най-съществено влияние върху репутацията на компанията като работодател³¹: 1) корпоративен имидж; 2) процедури за приемане на работа и адаптация; 3) далновидност и лидерство; 4) контрол върху производителността; 5) обучение и развитие; 6) система на мотивация и поощрения; 7) условия на работната среда; 8) подкрепа в работата; 9) система за вътрешна оценка; 10) ценности и работа с потребителите; 11) висше ръководство; 12) вътрешни комуникации. Всеки показател се оценява по конкретна методика, с която се цели постигане на крайна количествена оценка, съизмеримост и съпоставимост на резултатите за конкурентни компании (Фиг. 1).

³⁰ Pakhol Boris, Employer Brand New Generation, достъпно на www.borispakhol.net

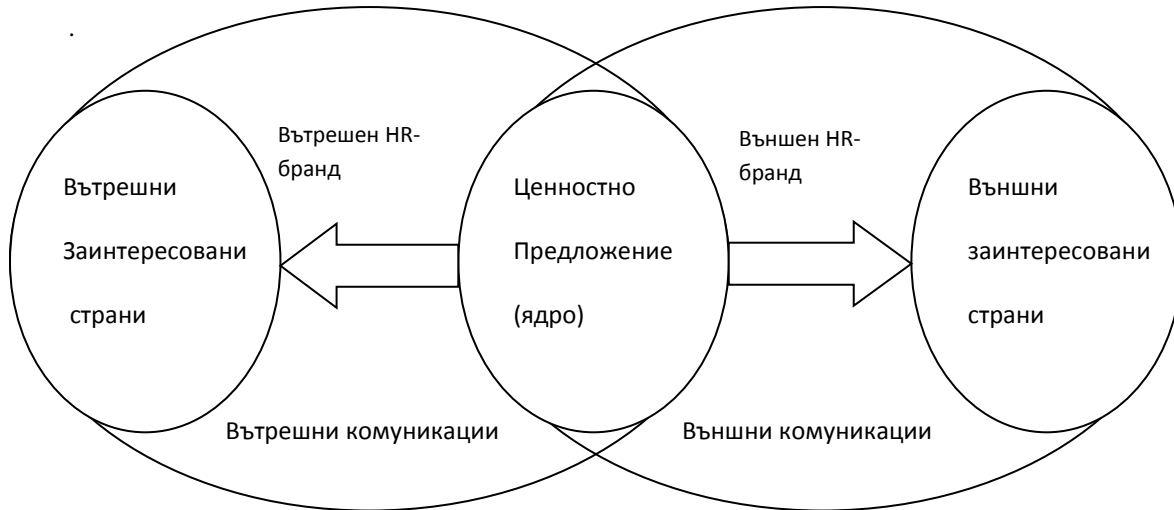
³¹ Bershin J., The Talent Agenda for 2015: What comes after “Integrated Talent Engagement”, Deloitte Consulting LLP, 2014



Фиг. 1: Колело на бранда на работодателя

Източник: Ambler T, S. Barrow, The Employer Brand, Journal of Brand Management, 4, 1996.

В научната литература HR-брендът се дефинира като трикомпонентна система, която включва следните три компонента: 1) ценностно предложение; 2) вътрешен HR-бренд и 3) външен HR-бренд (Фиг.2: Система на HR-бренд)



Фиг. 2: Система на бранда на работодателя

1. Ценностно предложение (Employer Value Proposition – EVP). HR-брендът е сложноструктурирана система, в центъра на която стои „ценностното ядро” - съвкупност от ценности и блага, които предлага работодателят. Концепцията за ценностното предложение на работодателя се

разработва въз основа на приетите принципи и философия в корпоративните кодекси, стандарти, устави и вътрешни документи, в които се прокламират основните ценности на организацията. В този аспект, можем да приемем, че ценностното предложение е основното послание (идея), която се генерира и разпространява чрез бранда на работодателя. Развитие на организационната концепция за ценностното предложение се основава на системни проучвания на текущия имидж на работодателя и корпоративните брандове, развитието на фирмената култура и добрите традиции на социалноотговорното управление. Ценностното ядро не е просто съвкупност от компоненти, материализирани в ангажмента на работодателя, то е синтез на цялостната философия на компанията за нейното социално отговорно поведение.

По своята същност HR-брендът съдържа и разпространява основната идея на ценностното предложение. Например, при стартиране на своите операции в България и началото на подбора на персонала, *Shell* разпространи следното ценностно предложение от името на работодателя: „Нашата компания предлага професионално развитие, отговорност и възможност да преодолееш себе си, работейки в динамичен и успешен международен екип от професионалисти“. С друга, различна философия е формулирано ценностното предложение на *IKEA* в България: „Ние даваме възможност на обикновените, открити хора да израстнат в професионален и личен план. Заедно, ние работим за да направим по-добър нашият живот и животът на нашите потребители“. Двете цитирани ценностни предложения показват връзката на HR-бранда с корпоративния бренд. Анализирайки съдържанието на ценностното предложение, трябва да отбележим, че то включва две части:

- *рационална* (работна заплата, парични стимули, обучение, развитие в кариерата и др.);
- *емоционална* (лична и организационна култура, стандарт и стил на живот и работа, оценка на постиженията и приноса на работника и др.).

Най-същественото изискване към ценностното предложение е то да бъде истинно и да отразява действителните условия, които предлага работодателят. То трябва да съдържа само това, което организацията може реално да предостави на своите работници и служители. Можем да приемем становището на маркетинговия експерт *Брет Минчингтон (Brett Minchington)*, че „HR-брендингът е насочен към формирането на реална работна среда, а не към създаване на представата за нея“³². Всеки опит за манипулиране на целевите групи, особено в масов случай, може не просто да урони добрия делови имидж на работодателя, но и да разруши HR-бранда, дори и той да е професионално изграден и промоциран. Ефектът от такава манипулация е краткосрочен – до момента, в който работникът опознае работата и работодателя си. На основата на научни изследвания, в научната литература са представени доказателства, че „в 78% от случаите, в които ценностното предложение съдържа елементи на манипулация и заблуда се наблюдава намаляване на лоялността и въвлечеността на заетите в организацията“³³.

2 *Вътрешният HR-бренд*, е ориентиран към всички вътрешни целеви групи (настоящи работници и служители, мениджъри, акционери) и цели постигане на висока степен на въвлеченост и удовлетвореност във всеки член на организацията, с което да се създадат условия за разгръщане на неговия творчески потенциал в максимална степен. С понятието „вътрешен HR-бренд“ се обозначава голяма група маркетингови инструменти, с които се формира и развива HR-политиката в границите на организацията. Със средствата на вътрешния маркетинг се популяризират основната идея и компонентите на ценностното предложение на работодателя за настоящите служители на компанията. Основна цел на вътрешния маркетинг е създаването и развитието на уникална фирмена култура и комуникационен климат, които да развият привързаността на настоящите работници и служители към ценностите на организацията. Такава HR-политика е фокусирана върху целите на организацията за развитие на човешкия капитал като ключов фактор за повишаване на конкурентоспособността на организацията. В научните изследвания се подчертава, че тази привързаност (лоялност) е уникално, трудновъзпроизводимо конкурентно предимство. Неговото изграждане и поддържане като устойчиво конкурентно предимство в дългосрочен план е основа на лидерските позиции на организацията. И обратно, заедно с ключовите специалисти на организацията могат да си тръгнат и ключовите конкурентни предимства, доколкото знанията и компетенциите са неотделими от своя носител – човешкият индивидуум.

³² Minchington B., *The Rise of Employer Brand Leadership*, 2, 2013, (online), достъпно на <http://employerbrandinginternational.com>

³³ Gallup Organization, <http://www.gallup.com/consulting/Q12-Meta-Analysis.aspx>

3 *Външният HR-бренд* е насочен към висококвалифицирани специалисти, които са извън границите на организацията, но са идентифицирани и оценени като потенциални членове на организацията. В научните анализи понятието „външен HR-бренд“ се свързва преди всичко с комуникационните канали, по които ценностното предложение достига до целевите групи на външните заинтересовани страни. На основата на емпирични изследвания е изведена констатацията, че традиционните „offline“ практики (печатни материали и съобщения в пресмедиите, срещи със студенти и кандидати за заемане на длъжности в организацията, благотворителност с участието на представители на организацията) постепенно отстъпват място на „online“ комуникациите (пряка връзка в социалните мрежи, интерактивен обмен на информация чрез Internet-базирани платформи, корпоративни и job-сайтове). Особено място в тази система заемат съвременните *социални мрежи* (Facebook, Twitter, Yammer), особено в комуникацията с възрастовите групи до 40 г.³⁴ Изследване на *Brett Minchington (2016)* констатира, че 43% от кандидатстващите за работа първо търсят информация за компанията чрез социалните медии, като се обръщат към корпоративния сайт (42%), профилите на компанията във Facebook (37%), Twitter (24%), вярват на информацията в корпоративния блог (39%)³⁵. Пряката връзка с контактната аудитория дава възможност в реално време и без посредник да бъде обменена информация, която е от особена ценност и за двете страни. В този процес, освен особеностите в характера на комуникиране, трябва да се отчита и особения характер на посланието концентрирано в ценностното предложение на работодателя. За разлика от останалите рекламни послания относно другите брандове на компанията, то трябва да изразява HR-политиката на организацията.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

През последното десетилетие „войната за таланти“ и висококвалифицирани специалисти е реално предизвикателство за работодателите в глобален мащаб, което мотивира компаниите да търсят нови, иновативни подходи, модели, инструменти, за да повишат своята конкурентоспособност на откритите трудови пазари. HR-бренд е нов социално-икономически и управленски феномен, който сега формира своята теория и развива своя потенциал в практиката. Доколкото човешкият капитал има ключово значение както за малките, така и за големите компании, той е еднакво приложим във всички компании, независимо от техния размер и отраслова принадлежност. Концепцията за HR-бренд се развива бързо като ефективен маркетингов инструмент за управление на човешкия капитал, създаване на позитивна корпоративна идентичност и повишаване на конкурентоспособността на организацията. Необходимо е разгръщане на фронта на научните изследвания в научно-изследователските и консултантски центрове за развитие на методологията, методиката, правно-нормативното регулиране и разширяване на практическото и приложение, което ще помогне на българските бизнесорганизации да повишат своята конкурентоспособност на отворените междунарошни пазари.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Кичева Т., Изграждане и утвърждаване на работодателска марка чрез социалните мрежи, *Vanguard Scientific Instruments in Management*, Vol.12, No 1, 2016.
- [2] Ambler T, S. Barrow, *The Employer Brand*, *Journal of Brand Management*, 4, 1996.
- [3] Backhaus K., S. Tikoo, *Conceptualizing and Researching Employer Branding*, *Career Development International*, 9, 2006.
- [4] Barrow S., R. Mosley, *The Employer Brand: Bringing the Best of Brand Management to People at Work*, John Wiley&Sons, Chichester, 2005.
- [5] Bershin J., *The Talent Agenda for 2015: What comes after “Integrated Talent Engagement”*, Deloitte Consulting LLP, 2014.
- [6] Bershin J., *Becoming Irresistible: A New Model for Employee Engagement*, *Deloitte Review*, 2015.
- [7] Christiaans L., *International Employer Brand Management: A Multilevel Analysis and Segmentation of Students’ Preferences*, Springer Science & Business Media, 2013.
- [8] Gallup Organization, достъпно на <http://www.gallup.com/consulting/Q12-Meta-Analysis.aspx>

³⁴ Татяна Кичева, Изграждане и утвърждаване на работодателска марка чрез социалните мрежи, *Vanguard Scientific Instruments in Management*, Vol.12, No 1, 2016, с. 6

³⁵ <http://employerbrandinginternational.com>

- [9] Figurska I., E. Matuska, Employer Branding as Human Resources Strategy, Human Resources Management & Ergonomics, VIII (2), 2013.
- [10] Mandhanya Y., M. Shah, Employer Branding: A Tool for Talent Management, Global Management Review, 4 (2), 2010.
- [11] Minchington B., Your Employer Brand attract-engage-retain, Collective Learning Australia, 2006.
- [12] Minchington B., The Rise of Employer Brand Leadership, 2, 2013, (online), достъпно на <http://employerbrandinginternational.com>
- [13] Pakhol Boris, Employer Brand New Generation, достъпно на www.borispakhol.net
- [14] 15th Annual Global CEO Survey, достъпно на URL: <http://www.pwc.com/gx/en/eco-survey/index>
- [15] <https://www.ama.org>
- [16] <http://employerbrandinginternational.com>

ORGANIZATIONAL LEARNING AND HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT

Daniela Karadakov

Business Academy Smilevski – BAS, Skopje, danielakaradakov@gmail.com

Abstract: In order for organizations and their human resources to survive in this constantly changing environment, they must adopt the philosophy of learning. Learning organizations have to create a culture of lifelong learning, enabling human resources to constantly gain and share knowledge.

Sharing of knowledge in the organization influences the development of human resources, and hence the development of the organization itself. Human resources are the most important trigger of change in the organization and a key factor in achieving competitive advantage on the market. That is why, organizations should treat them with special focus, especially in fostering their knowledge, since today knowledge is one of the key factors of growth and development and one of the key fundamental factors for competitive advantage of organizations.

Organizations have the task and challenge to attract, retain and continuously increase learning opportunities, as well as create a learning culture and a climate in which the creativity and innovation of human resources can be expressed. This means that the organization shall change its system of rules in order to adapt its human resources to the changes occurring in the environment, thus enabling them to share their knowledge, beliefs and prejudices, i.e. organizational learning shall take place.

In our modern conditions, human resources development refers to setting individual and organizational goals for continuous learning in order to improve the living and working environment. Successful management of human resources development enables development of the organization, as well. Human resources participate in the development of the organization with all their potential, available knowledge and experiences, their abilities and skills, ideas and creations, their level of motivation and interest in achieving organizational goals, etc.

Having recognized the significance of these two concepts, this paper deals with the role of organizational learning in the development of human resources in production, service and public organizations in the Republic of Macedonia.

Keywords: organizational learning, knowledge, human resources development.

ОРГАНИЗАЦИСКОТО УЧЕЊЕ И РАЗВОЈОТ НА ЧОВЕЧКИТЕ РЕСУРСИ

Даниела Карадаков

Бизнис академија Смилевски – БАС, Скопје, danielakaradakov@gmail.com

Апстракт: За да можат организациите, а и човечките ресурси во неа, да опстојат во постојано променливата средина, ќе мора да ја усвојат филозофијата на учење. Организациите кои учат треба да креираат култура на доживотно учење, овозможувајќи им на човечките ресурси постојано стекнување и споделување на знаењата.

Преку споделување на знаењата во организацијата се влијае на развојот на човечките ресурси, а со тоа и на развојот на организацијата. Човечките ресурси се најважниот двигател на промените во организацијата и клучниот фактор за постигнување на конкурентска предност на пазарот. Токму затоа, кон нив, организацијата треба да се однесува со посебен фокус, особено во делот негување на нивните знаења, затоа што во денешно време, знаењето е еден од клучните извори за раст и развој и еден од клучните фундаментални фактори за компаративна предност на организациите.

Организациите пред себе имаат задача и предизвик да ги привлечат, задржат и континуирано да ги зголемуваат можностите за учење, како и да создадат култура за учење и клима во која ќе дојде до израз креативноста и иновативноста на човечките ресурси. Тоа значи дека организацијата треба да го промени својот систем на правила во насока на прилагодување на човечките ресурси кон промените кои се случуваат во опкружувањето и треба да овозможи споделување на знаења, верувања и предрасуди помеѓу нив, односно треба да овозможи да се случи организациско учење.

Во современи услови, развојот на човечките ресурси се однесува на поставување на индивидуални и организациски цели за континуирано учење со цел постојано подобрување на животната и работната средина. Успешното менаџирање на развојот на човечките ресурси, овозможува и развој на организацијата.

Човечките ресурси учествуваат во развојот на организацијата со целиот нивни потенцијал, расположливите знаења и искуства, употребливите способности и вештини, идеите и креациите, степенот на мотивираност и заинтересираност за остварување на организациските цели и сл.

Согледувајќи ги значењата на овие два концепта, во овој труд е опфатена улогата на организациското учење во развојот на човечките ресурси во производствените, услужните и јавните организации во Р. Македонија.

Клучни зборови: Организациско учење, знаење, развој на човечки ресурси.

1. ВОВЕД

Честите промени во опкружувањето, брзиот напредок на технологијата и потребата од постојано иновирање претставуваат доволен показател дека вложувањето во учењето треба да биде еден од стратешките предизвици на организациите. На овој начин знаењето влијае на постигнувањето на конкурентска предност на организациите, па затоа тие треба да водат грижа за развојот на човечките ресурси. Организациското учење се случува во оние организации кои вложуваат во учењето на вработените и кои ја прифаќаат културата на доживотно учење, при тоа овозможувајќи им на сите вработени да стекнуваат и споделуваат знаења. Креирањето и споделувањето на знаења се однесува на развојот на човечките ресурси во организацијата, а со тоа на развојот на човечкиот капитал.

2. ОРГАНИЗАЦИСКО УЧЕЊЕ

Организациското учење претставува област од организациската теорија која ги проучува моделите и теориите за начинот на кој организацијата учи. Во рамките на развојот на човечките ресурси, организациското учење претставува една важна карактеристика на организацијата која ги прифаќа промените наметнати од средината и која умее соодветно да се приспособи на нив преку дејствувањето на човечките ресурси.

Организациското учење, според McGill и Slocum (1994), претставува промена во когнитивната структура и во однесувањето на човечките ресурси во организацијата која обезбедува постигнување на способност за прилагодување кон своето опкружување.

Argyris & Schon ги развиле основните модели на организациско учење преку развивање на теоријата на двојно учење. Аргирис ја развива идејата за надминување на адаптивното учење (учење во еден круг) со генеративното учење (учење во двоен круг – двојно учење). Адаптивното учење претставува основна форма на учење во која сознавањето се стекнува, а промените се вршат во рамката на претходно дефинираниот збир од претпоставки кои остануваат надвор при секое преиспитување. Генеративното учење претставува стекнување на знаења со кои се менуваат и преиспитуваат темелните претпоставки на кои се изградени постоечките рутини. Според Аргирис, кај адаптивното учење, доколку не се постигнат посакуваните резултати, се менува само акцијата или начинот на дејствување, додека пак кај генеративното учење се менуваат и претпоставките, со што се стекнува ново знаење и на тој начин, настанува двојно учење.

Еден од најпознатите модели кои постојат и кој на најјасен и наједноставен начин овозможува увид во процесот на споделување, односно пренесување на знаењата меѓу човечките ресурси е Квадратниот спирален модел на организациско учење (Nonaka & Takeuchi, 1995) (слика бр. 2).



Слика бр. 2 Квадратен спирален модел на организациско учење

Врз основа на овој модел, креативното знаење и организациското учење се одвиваат по пат на социјализација, екстернализација, интернализација и комбинација итн. – во бескрајна спирала. Овој модел се фокусира на спиралата на знаења, сè со цел да се објасни како се трансформира имплицитното (искуственото) знаење во експлицитно знаење и повторно назад, во основа за поединечни, групни и организациски иновации и учења. Знаењето кое е едноставно за споделување, комуницирање, кодирање и документирање претставува експлицитно знаење. Достапноста на ова знаење овозможува негово користење како управувачка алатка на повеќе начини. Според Марковиќ, Илиќ и Ристиќ, експлицитното знаење е она знаење кое објективно постои, може да се кодира, јасно и формално да се изрази, да се документира и е едноставно за трансфер, за споделување и за пренесување. Спротивно од експлицитното знаење е имплицитното знаење кое е вградено во личното искуство на поединецот и вклучува во себе неопипливи факти, како што се лично убедување, инстинктот, личните вредности и стекнатите вештини. Тоа е персонализирано и до него не може да се дојде и често останува неоткриено и неискористено. Овој облик на знаење е побогат од експлицитното знаење, меѓутоа доколку не се искористи ја губи својата вредност. Nonaka и Takeuchi искусственото знаење го дефинираат како знаење кое ги опфаќа искуството и работното знаење на поединецот.

Во пракса овие два вида на знаење се наоѓаат во меѓусебна интеракција. Способноста една организација да биде иновативна и да создава ново знаење зависи од нејзиниот успех да го мобилизира имплицитното знаење и да воспостави негова интеракција со експлицитното знаење.³⁶ Целта на овој модел е знаењето кое го имаат поединците да се сподели со другите поединци и на тој начин да се создаде ново знаење. На тој начин спиралата на знаење, односно количеството на знаење расте постојано.

Социјализацијата се состои од споделување на знаењето преку социјална интеракција, односно преку споделување на интуитивните перцепции во неформалните групи, односно преку пренесување на имплицитното знаење меѓу човечките ресурси во организацијата. Знаењето се дели и споделува преку набљудување, имитација и практикување.

Екстернализацијата му дава видлива форма на имплицитното знаење и го конвертира во експлицитно. Овој чекор може да се дефинира и како процес конверзија на имплицитното, субјективно знаење во објективно,

³⁶ Markovic, D. Z, Ilic, B.B., Ristic Z.L., (2012), *Menadzment znanja – Top menadzment i liderstvo znanja*, EtnoStil, Beograd.

експлицитно знаење. Знаењето кое дотогаш било само во главата и рацете на поединецот, сега се претвора во општо добро на организацијата.

Комбинацијата претставува процес на конверзија на индивидуалното знаење и креирање на организациско знаење. Овде се случува креирање на ново знаење преку реконфигурација на постоечкото знаење, негово комбинирање, сортирање, категоризирање и систематизирање. Тоа значи дека знаењето не е ново, туку дека е подобро во однос на претходното.

Последниот чекор е интернализација која се јавува преку дифузија и вградување на новопристигнатото и консолидирано знаење. Интернализацијата е конверзија на експлицитното знаење во имплицитно. Во овој чекор учењето се случува преку практика, експериментирање и вежбање. Настанатото имплицитно знаење може да биде пошироко од експлицитното знаење – потоа се пренесува на другите повторно преку мислење на овие чекори.

Циклусот продолжува во спиралата на знаења. На ваков начин количината на знаење расте, а претходните концепти се променуваат и подобруваат. Создавањето на знаење е континуиран процес кој е составен од динамички интеракции помеѓу имплицитното и експлицитното знаење. Спиралата ќе стане се поголема доколку се премине на организациско ниво. На ваков начин, организацијата гради и одржува база на организациско знаење и така, обезбедува капацитет за ефикасно донесување на одлуки и ефикасно дејствување.

Менаџментот на знаење се однесува на процесот на подобрување на перформансите на организацијата преку дизајнирање и имплементирање на алатки, процеси, системи, структури и култури за подобрување, создавање, споделување и користење на знаењето.³⁷ Преку менаџирање на знаењето организациите може да ги подобрат своите производи и услуги, подобро и побрзо да ги пласираат на пазарот, подобро да им служат на своите клиенти, да развиваат нови иновативни производи и услуги, да привлекуваат нови вработени, но и да ги задржат вработените преку давање на можностите за учење и развој.

2. РАЗВОЈ НА ЧОВЕЧКИТЕ РЕСУРСИ

Развојот на човечки ресурси е процес кој вклучува континуирано вложување во знаењата на вработените, подобрување на усогласеноста на вработените со организацијата, грижа за професионалниот развој на вработените и развојот на способностите во насока на развој на индивидуалните и тимските перформанси, што резултира со исполнување на индивидуалните и организациските цели.

Човечките ресурси денес имаат нова улога, тие не се регрутираат само за да ги исполнат организациските цели, туку за нив потребно е да се креира една посебна и поддржана култура за учење каде вработените ќе го негуваат и одржуваат своето знаење, а преку него ќе умеат да се справат со предизвиците или потешкотиите со кои се сретнуваат во организацијата. Затоа е важно преку развојот на човечките ресурси да се создаде средина за учење и постојано да обновува и споделува знаењето.

Според Надлер, развојот на човечките ресурси опфаќа: обука, образование и развој. Целта на обуката е да се дизајнираат активности со цел да се подобрат перформансите на вработените на конкретните работни места. Целта на образованието е да се обезбедат збир на активности со чија помош ќе се подобри основната компетентност на вработените. Целта на развојот на човечките ресурси е да ги подготви вработените на начин кој им овозможува да го следат растот, развојот и промените во организацијата.

Идентификувањето на потребите за развој треба да произлезе од потребите на човечките ресурси, а не од организацијата која сака да ја задоволи таа потреба. Активностите за развој на човечките ресурси треба да се развијат преку партнерство помеѓу поединецот и организацијата. Покрај партнерскиот пристап, одговорноста врз развојот на човечките ресурси треба да ја преземат и самите ресурси, преку преземање на активности за сопствен развој.

3. МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕ

Со цел да се прикаже улогата на организациското учење врз развојот на човечките ресурси, спроведено е истражување во 40 производствени, услужни и јавни организации во Р. Македонија. Со истражувањето беа опфатени 352 испитаници од кои 125 менаџери во истражуваниите организации (41 од производствените, 43

³⁷ D. DeLong and L. Fahey, "Diagnosing Cultural Barriers to Knowledge Management," *Academy of Management Executive* 14 (2000): 113–27; A. Rossett, "Knowledge Management Meets Analysis," *Training and Development* (May 1999): 63–68; M. Van Buren, "A Yardstick for Knowledge Management," *Training and Development* (May 1999): 71–78.

од услужните и 41 од јавните организации) и 327 вработени (108 од производствените, 125 од услужните и 94 од јавните организации). Податоците беа собрани со примена на истражувачката техника анкетен прашалник за секоја група на испитаници одделно.

Варијабли менаџери: VAR00001 Организацијата има развиено широк спектар на механизми за размена на искуства меѓу вработените во различни тимови, оддели, одделенија и локации. VAR00002 Организацијата му дава високо значење на споделувањето на знаења и искуства, дури и во време кога другите ресурси се ограничени. VAR00003 Организацијата создава и ги охрабрува формалните и неформалните можности за надополнување, складирање и споделување на знаењата меѓу вработените. VAR00004 Организацијата е вешта во претворањето на суровите информации во употребливи знаења. VAR00005 Менаџментот е така организиран што помага во процесот на учење. VAR00006 Организацијата има развиено стратегија за зголемување на влијанието на учењето. VAR00007 Организацијата е подготвена да ги промени своите практики и приоритети за да се насочи кон стекнување на нови знаења, со цел подобрување на нејзината ефикасност. VAR00008 Учењето во организацијата е организирано преку развој на систем, оперативни процедури и други начини на споделување на знаењата добиени од искуството на вработените. VAR00009 Можностите за индивидуален развој се ставени на располагање на сите вработени во организацијата. VAR00010 Организацијата користи систем за континуирано подобрување на знаењата и искуствата со кои располага.

Варијабли вработени: VAR00001 Организацијата инвестира средства за поддршка на нашето учење. VAR00002 Организацијата не наградува доколку вложуваме во нашиот индивидуален развој. VAR00003 Организацијата прави знаењето да биде достапно за сите. VAR00004 Менаџерите ги поддржуваат барањата за учење и обука. VAR00005 Менаџерите постојано бараат можност за учење. VAR00006 Во организацијата се верува дека инвестирањето во знаење е исплатливо. VAR00007 Во организацијата се верува дека продуктивноста на вработените се зголемува преку вложување во учење. VAR00008 Со вложување во учење се зголемува процентот на квалификувани работници.

4. РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО

Со оглед на тоа што развојот на човечките ресурси е поврзан со развојот на образованието на истите, во презентирањето на резултатите најпрво ќе дадам фокус на образовното ниво на двете групи на испитаници.



На графиконите 1 и 2 е прикажан степенот на образование на двете групи на испитаници (менаџери и вработени) во организациите кои беа предмет на истражување. Од добиените резултати (графикон 1), може да се воочи дека групата на испитаници менаџери во најголем дел се со стекнато високо образование, односно 65% од вкупниот број на испитаници менаџери, 20% се со завршен втор циклус на студии, 13% се со завршено средно образование и само 2% се со завршен трет циклус на студии (докторски студии). Овој резултат покажува дека станува збор за една високо образована група на испитаници кои се грижат за својот развој во доменот на своето образование. Кај групата на испитаници вработени, највисокото образовно ниво (втор циклус на студии – мастер/магистерски студии) е со застапеност од 10%, а најниското образовно ниво

е со завршено основно образование, со застапеност од 2% од вкупниот број на испитаници вработени. Најголем дел од вработените се со завршено високо образование 50% и средно образование 36%. И според овие резултати може да се заклучи дека групата на испитаници вработени одржува високо ниво на образование во однос на развојот на образованието.

Табелата бр. 1 ги прикажува дескриптивните показатели (Mean – аритметичка средина, Std. Dev. – стандардна девијација, Variance – варијансата, Range – распонот, Skewness – степенот на наклонетост на кривата, Kurtosis – степенот на закривеност на кривата) на испитаниците менаџери организациите кои беа предмет на истражување, каде што преку тврдењата и проценката се дефинирани организациското учење и развојот на човечките ресурси.

Табела бр. 1 Основни дескриптивни податоци на испитаниците – менаџери

Descriptive Statistics								
	Range	Mean	Std. Deviation	Variance	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
VAR00001	6.00	5.2764	1.50028	2.251	-.884	.218	-.034	.433
VAR00002	6.00	5.3902	1.35885	1.846	-1.199	.218	1.195	.433
VAR00003	5.00	5.4959	1.10419	1.219	-1.085	.218	1.302	.433
VAR00004	6.00	5.2893	1.49130	2.224	-1.292	.220	1.038	.437
VAR00005	6.00	5.5528	1.39203	1.938	-1.417	.218	1.804	.433
VAR00006	6.00	5.0407	1.52787	2.334	-.602	.218	-.478	.433
VAR00007	6.00	5.3415	1.53553	2.358	-.979	.218	-.014	.433
VAR00008	6.00	5.4309	1.32493	1.755	-1.138	.218	1.054	.433
VAR00009	6.00	5.3333	1.41228	1.995	-1.073	.218	.875	.433
VAR00010	6.00	5.5285	1.28245	1.645	-1.285	.218	1.702	.433

Според добиените резултати, најголемиот број се распространети во дистрибуцијата. Распонот на добиените резултати се движи меѓу 5 и 6. Со заедничка анализа на варијансата и стандардната девијација, забележани се поединечни отстапувања од нормалната дистрибуција кај поголемиот број варијабли. Највисоки отстапувања се забележани кај седмата варијабла (*Учењето во организацијата е организирано преку развој на систем, оперативни процедури и други начини на споделување на знаењата добиени од искуството на вработените*, Std. dev.=1.535). Вредностите што укажуваат на степенот на наклонетост на кривата (Skewness) кај повеќето показатели (7 варијабли) бележат одредени отстапувања од нормалната распределба. Карактеристично е тоа што кај сите 10 варијабли е забележана негативна асиметричност. Највисоки вредности на негативна асиметричност има достигнато четвртата варијабла (*Организацијата е вешта во претворање на суровите информации во употребливи знаења*, Skewness=-1.292). Во вториот показател, кој ја дефинира закривеноста на кривата (Kurtosis), кај поголемиот број показатели се забележани отстапувања од нормалноста. Нормокуртичност е забележана кај четири варијабли, додека кај останатите 6 варијабли е забележана лептокуртичност кај која Kurtosis се движи во границите од 1.038 до 1.804. Најизразени вредности на лептокуртичност се забележани во петтата варијабла (*Менаџментот е така организиран што помага во процесот на учење*, Kurtosis=1.804).

Табелата бр. 2 ги прикажува дескриптивните показатели (Mean – аритметичка средина, Std. Dev. – стандардна девијација, Variance – варијансата, Range – распонот, Skewness – степенот на наклонетост на кривата, Kurtosis – степенот на закривеност на кривата) на испитаниците вработени во организациите кои беа предмет на истражување, каде што преку тврдењата и проценката се дефинирани организациското учење и развојот на човечките ресурси.

Табела бр. 2 Основни дескриптивни податоци на испитаниците – вработени

Descriptive Statistics								
	Range	Mean	Std. Deviation	Variance	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
VAR00001	6.00	5.1815	1.67985	2.822	-1.036	.135	.249	.270
VAR00002	6.00	4.6481	1.97028	3.882	-.562	.135	-.959	.270
VAR00003	6.00	5.4768	1.39272	1.940	-1.305	.136	1.595	.271
VAR00004	6.00	5.4815	1.43258	2.052	-1.320	.135	1.277	.270
VAR00005	6.00	5.3851	1.49584	2.238	-1.178	.136	.871	.271
VAR00006	6.00	5.3684	1.58522	2.513	-1.087	.136	.512	.271
VAR00007	6.00	5.5525	1.44465	2.087	-1.336	.135	1.431	.270
VAR00008	6.00	6.1015	.96809	.937	-1.807	.135	5.214	.270

Според добиените резултати, најголемиот број се распостранети во дистрибуцијата. Со заедничка анализа на варијансата и стандардната девијација, забележани се поединечни отстапувања од нормалната дистрибуција кај поголемиот број варијабли. Незначителни отстапувања се забележани само во една варијабла (VAR0008, Std. Deviation = 0.968). Највисоки отстапувања се забележани кај втората варијабла (*Организацијата не наградува доколку вложуваме во нашиот индивидуален развој*, Std. dev.=1.970). Вредностите што укажуваат на степенот на наклонетост на кривата (Skewness) кај повеќето показатели (7 варијабли) бележат одредени отстапувања од нормалната распределба. Карактеристично е тоа што кај сите 8 варијабли е забележана негативна асиметричност. Највисоки вредности на негативна асиметричност има достигнато седмата варијабла (*Во организацијата се верува дека продуктивноста на вработените се зголемува преку вложување во учење*, Skewness=-1.336). Во вториот показател, кој ја дефинира закривеноста на кривата (Kurtosis), кај дел од показателите се забележани отстапувања од нормалноста. Нормокуртичност е забележана кај четири варијабли, додека кај останатите четири варијабли е забележана лептокуртичност кај која Kurtosis се движи во границите од 1.277 до 5.214. Најизразени вредности на лептокуртичност се забележани во осмата варијабла (*Со вложување во учење се зголемува процентот на квалификувани работници*, Kurtosis=5.214).

Поврзаноста помеѓу критериумот (развојот на човечките ресурси) кај испитаниците менаџери, со применетиот систем на индикатори кои го дефинираат организациското учење, табела бр.3, утврдена е со примена на Пирсоновиот коефициент на корелација (Pearson Correlation). Според анализираниите податоци утврдено е дека коефициентот на корелација кај одредени вредности е со тесна зависност, кај поголемиот дел има зависност, а исто така кај дел од вредностите забележано е дека не постои меѓусебна зависност.

Табела бр. 3 Коефициент на корелација на испитаниците менаџери

		Correlations									
		VAR 00001	VAR 00002	VAR 00003	VAR 00004	VAR 00005	VAR 00006	VAR 00007	VAR 00008	VAR 00009	VAR 00010
VAR00001	Pearson Correlation	1	.626**	-.128	.514**	-.092	.495**	.564**	.507**	.423**	.586**
VAR00002	Pearson Correlation	.626**	1	-.019	.588**	-.089	.588**	.463**	.569**	.512**	.566**
VAR00003	Pearson Correlation	-.128	-.019	1	-.078	.620**	-.063	-.078	-.054	.020	-.061
VAR00004	Pearson Correlation	.514**	.588**	-.078	1	-.085	.552**	.482**	.511**	.482**	.648**
VAR00005	Pearson Correlation	-.092	-.089	.620**	-.085	1	-.132	-.021	.020	.057	-.033
VAR00006	Pearson Correlation	.495**	.588**	-.063	.552**	-.132	1	.567**	.538**	.575**	.587**
VAR00007	Pearson Correlation	.564**	.463**	-.078	.482**	-.021	.567**	1	.580**	.665**	.561**
VAR00008	Pearson Correlation	.507**	.569**	-.054	.511**	.020	.538**	.580**	1	.615**	.709**
VAR00009	Pearson Correlation	.423**	.512**	.020	.482**	.057	.575**	.665**	.615**	1	.608**
VAR00010	Pearson Correlation	.586**	.566**	-.061	.648**	-.033	.587**	.561**	.709**	.608**	1

Поврзаноста помеѓу критериумот (развојот на човечките ресурси) кај испитаниците вработени, со применетиот систем на индикатори кои го дефинираат организациското учење, табела бр.4, утврдена е со примена на Пирсоновиот коефициент на корелација (Pearson Correlation). Според анализираните податоци утврдено е дека коефициентот на корелација кај мал дел од вредностите е со тесна зависност, кај поголемиот дел има зависност, а исто така кај дел од вредностите забележано е дека не постои меѓусебна зависност.

Табела бр. 4 Коефициент на корелација на испитаниците вработени

Correlations									
		VAR000 01	VAR000 02	VAR000 03	VAR000 04	VAR000 05	VAR000 06	VAR000 07	VAR000 08
VAR00001	Pearson Correlation	1	.655**	-.037	.573**	-.027	-.102	.002	.301**
VAR00002	Pearson Correlation	.655**	1	-.084	.584**	-.053	-.128*	-.048	.291**
VAR00003	Pearson Correlation	-.037	-.084	1	-.084	.652**	.554**	.659**	-.036
VAR00004	Pearson Correlation	.573**	.584**	-.084	1	-.101	-.080	-.045	.392**
VAR00005	Pearson Correlation	-.027	-.053	.652**	-.101	1	.692**	.708**	-.020
VAR00006	Pearson Correlation	-.102	-.128*	.554**	-.080	.692**	1	.726**	-.046
VAR00007	Pearson Correlation	.002	-.048	.659**	-.045	.708**	.726**	1	-.022
VAR00008	Pearson Correlation	.301**	.291**	-.036	.392**	-.020	-.046	-.022	1

4. ЗАКЛУЧОК

Складирањето, споделувањето и употребата на знаењата на човечките ресурси во организациите се постигнува со создавање на соодветно опкружување кое поттикнува споделување и достапност на знаењата и создавање на нов интелектуален капитал. Целта на организациското учење е организацијата низ својот животен век, да ги користи знаењата на човечките ресурси, да ги развива и споделува, да не ги повторува истите грешки и да остане фокусирана на главните цели. Организациското учење бара воведување на нови идеи, методи и алатки за управување. Со обезбедување на можноста за иновирање, човечките ресурси ќе постигнат можност за развој и стабилен капацитет за промена. Оттука произлегува и тесната поврзаност на организациското учење со развојот на човечките ресурси. Еден од механизмите за развој на човечките ресурси е токму користењето на имплицитното и експлицитното знаење на вработените, иновирање на истото и генерирање на ново знаење. Во самиот труд опфатени се индикатори кои ја покажуваат оваа поврзаност. Според добиените резултати постои поврзаност помеѓу организациското учење и развојот на човечките ресурси.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] D. DeLong, L. Fahey, Diagnosing Cultural Barriers to Knowledge Management, Academy of Management Executive 14 (2000);
- [2] D.Z. Markovic, B.B. Ilic, Z.L. Ristic, (2012), Menadzment znanja – Top menadzment I liderstvo znanja, EtnoStil, Beograd.
- [3] I. Nonaka, H. Takeuchi, (1995), The Knowledge Creating Company, New York, Oxford University Press.
- [4] B.N. O’Connor, M. Bronner, C. Delaney, (2007), Learning at work, HRD Press Inc, Amherst, Massachusetts.
- [5] L. Nadler, Z. Nadler, (1991), Developing human resources, 3st ed, Jossey-BAS, edn. San Francisco.
- [6] D. Torrington, L. Hall, S. Taylor, C. Atkinson, (2014), 9th edition, Pearson Education Limited.
- [7] R. A. Noe, Employee Training and Development, (2010), McGraw – Hill Irvin, New York.

SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN BULGARIA

Venelin Terziev

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

Marin Georgiev

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

Abstract: The social policy of a country is a set of specific activities aimed at regulating the social relations between different in their social status subjects. This approach to clarifying social policy is also called functional and essentially addresses social policy as an activity to regulate the relationship of equality or inequality in society. It provides an opportunity to look for inequalities in the economic positions of individuals in relation to ownership, labor and working conditions, distribution of income and consumption, social security and health, to look for the sources of these inequalities and their social justification or undue application. The modern state takes on social functions that seek to regulate imbalances, to protect weak social positions and prevent the disintegration of the social system. It regulates the processes in society by harmonizing interests and opposing marginalization. Every modern country develops social activities that reflect the specifics of a particular society, correspond to its economic, political and cultural status. They are the result of political decisions aimed at directing and regulating the process of adaptation of the national society to the transformations of the market environment. Social policy is at the heart of the development and governance of each country. Despite the fact that too many factors and problems affect it, it largely determines the physical and mental state of the population as well as the relationships and interrelationships between people. On the other hand, social policy allows for a more global study and solving of vital social problems of civil society. On the basis of the programs and actions of political parties and state bodies, the guidelines for the development of society are outlined. Social policy should be seen as an activity to regulate the relationship of equality or inequality between different individuals and social groups in society. Its importance is determined by the possibility of establishing on the basis of the complex approach: the economic positions of the different social groups and individuals, by determining the differences between them in terms of income, consumption, working conditions, health, etc. ; to explain the causes of inequality; to look for concrete and specific measures to overcome the emerging social disparities.

Keywords: social assistance, social entrepreneurship, social policy.

ПОДКРЕПА ЗА РАЗВИТИЕ НА СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В БЪЛГАРИЯ

Венелин Терзиев

Член-кореспондент на Руската академия по естествознание, професор,
доктор на икономическите науки, доктор на науките (Национална сигурност), доктор на науките
Социални дейности

Русенски университет „Ангел Кънчев”, Русе, България
Национален военен университет „Васил Левски”, Велико Търново, България
Руска академия по естествознание, Москва, Русия, terziev@skmat.com

Марин Георгиев

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

Резюме: Социалната политика на дадена държава е съвкупност от специфични дейности, които целят да регулират социалните отношения между различни по своето социално положение субекти. Този подход към изясняването на социалната политика, разглежда социалната политика като дейност за регулиране на отношенията на равенство или неравенство в обществото. Той дава възможност да се търсят неравенства в икономическите позиции на индивидите във връзка със собствеността, труда и условията за труд, разпределението на доходите и потреблението, социалното осигуряване и здравеопазването, да се търсят източниците за тези неравенства и тяхната социална оправданост или неоправданост.

Съвременната държава поема социални функции, чрез които се стреми да регулира дисбалансите, да защитава слабите социални позиции и да не позволява разпадането на обществената система. Тя регулира процесите в обществото, като хармонизира интересите и се противопоставя на маргинализацията. Всяка модерна държава развива социални дейности, които отразяват особеностите на конкретното общество, съответстват на неговото икономическо, политическо и културно състояние. Плод са на политически решения, целящи да насочват и регулират процеса на адаптация на националното общество към трансформациите на пазарната среда. Социалната политика стои в основата на развитието и управлението на всяка страна. Независимо от това, че върху нея оказват влияние твърде голям брой фактори и проблеми, то тя до голяма степен определя физическото и психичното състояние на населението, както и взаимоотношенията и взаимовръзките между хората. От друга страна, социалната политика дава възможност за по-глобално изучаване и решаване на жизнено важни социални проблеми на гражданското общество. На базата на програмите и действията на политическите партии и на държавните органи се очертават насоките за развитие на обществото. Социалната политика следва да се разглежда като дейност за регулиране отношенията на равенство или неравенство между различните индивиди и социални групи в обществото. Нейното значение се определя от възможността на базата на комплексния подход да се установят: икономически позиции на различните социални групи и индивиди, като се определят различията между тях по отношение на доходи, потребление, условия на труд, здравеопазване и др; да се разкрият причините за неравенството; да се търсят конкретни и специфични мерки за преодоляване на възникналите социални различия.

Ключови думи: социално подпомагане, социалното предприемачество, социална политика.

ВЪВЕДЕНИЕ

Едно от предимствата на социалната икономика е самостоятелното осигуряване на материалния ресурс, за което се ползват източници и резерви, до които държавата няма достъп. Мобилизацията на недвижимо и движимо имущество, което е лична собственост на доброволците в процеса е предпоставка за пазарна гъвкавост. В резултат се избягват тежки бюрократични процедури, политически зависимости, финансови съперничества, способни да провалят дори начинания с национален приоритет и преди всичко се печели време.

Независимо от феноменалния потенциал на самостоятелното материално обезпечаване, социалната политика на държавата не бива да изпуска от ползрението си материалните потребности на социалната икономика и при възможност своевременно да заделя такъв ресурс, който би се оказал от решаващо значение най-вече за запазване и развитие на заетостта, особено в периоди на криза. Като правило социалният и икономически ефект от влягането на единица такъв ресурс е изключително голям.

ПОДКРЕПА ЗА РАЗВИТИЕ НА СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО В БЪЛГАРИЯ [1-16]

Подобно на материалния, така и осигуряването на финансовият ресурс при субектите на социалната икономика принципно се осигурява на доброволни начала от участниците, което им осигурява сигурност и гъвкавост поради отсъствието на бюрократични спънки. Сериозен проблем при самостоятелното финансиране е оскъдният потенциал.

И в този аспект, социалната политика на държавата предполага разнообразни подходи за финансово подпомагане на сектора, чрез:

- Схеми за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ за създаване и развитие на социални предприятия и на социални платформи;

- Данъчни облекчения – разширяване на обхвата на действащите преференции за всички социални предприятия, при строг контрол за характера на дейност на социалните предприятия;
- Нови данъчни преференции за социалните предприятия;
- Държавни субсидии, допустими по Регламента за блоково изключване на определени държавни помощи;
- Достъп до кредитиране;
- Определяне на допълнителни специфични критерии в полза на предприятията от сферата на социалната икономика при тяхно участие в процедури за получаване на обществени поръчки, тъй като по своята същност те не са равностойни с капиталовите сдружения.
- Стимулиране на дарителството в полза на социалната икономика чрез данъчни преференции за дарителите;
- Търсене на възможности за използване на програмен период 2014-2020 за планиране и осигуряване на средства за осъществяване на националните и местни политики.

Значимо допълнение на този ресурс е възможно по Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси” и ОП “Конкурентноспособност” за периодите 2007-2013 и 2014-2020 г., в частност по ОП „РЧР”:

Приоритет 5 „Социално включване и насърчаване на социалната икономика”:

Приоритет 5.1. Подкрепа на социалната икономика. Целта е да се стимулират инициативи в сферата на социалната икономика и инвестиции в социален капитал, чрез подкрепа за развитието на социалното предприемачество като възможност за подобряване качеството на живот на лица от рискови групи и преодоляване на социалната им изолация. Предстои отварянето на две нови операции - „Нови възможности” - настоящата операция цели да подкрепи процеса на развитие на социалната икономика и създаване на социален капитал чрез подкрепа на общините за осигуряване на заетост и активност на лица от рискови групи; „Шанс за всички” - схемата цели оказване на подкрепа за социалното включване на хора с увреждания чрез подкрепа за специализирани предприятия и кооперации за хора с увреждания за предоставяне на обучения за придобиване или повишаване на професионална квалификация и осигуряване на заетост за хора с увреждания.

Приоритет 5.2. Социални услуги за превенция на социалното изключване и преодоляване на неговите последици. Целта е разширяване на възможностите за подобряване качеството на живот на хората от уязвимите групи и/или техните семейства, като се насърчат равните възможности на уязвимите групи и се разшири обемът, многообразието и целенасочеността на социалните услуги, предоставяни в общността и в специализираните институции.

Приоритет 1. „Насърчаване на икономическата активност и развитие на пазар на труда, насърчаващ включването”:

Приоритет 1.1. „Интегриране на уязвимите групи на пазара на труда, операция „Обучение и адаптация”, насочена към ресоциализация на лицата, изтърпяващи наказание, лишаване от свобода.

Ресурсите, които предопределят развитието на социалната икономика и нейните компоненти имат различни функции и ефект. Политическият ресурс се явява като обобщение и регулатор на другите ресурси, а финансовият предопределя тяхното физическо действие.

На централно държавно равнище: Държавата наблюдава състоянието и развитието в социалната икономика и чрез своите компетентни институции и експерти, предимно чрез действащите системи за социална защита, подпомага субектите в социалната икономика за поддържане на тяхната дееспособност и териториално покритие адекватно на степента на безработица и социално изключване.

По презумпция ресурсите на субектите в социалната икономика се обезпечават самостоятелно, като се ползва личният материален, финансов и трудов принос на участниците в дейностите. В зависимост от текущи или перспективни обществено-политически съображения, правителството предоставя на определени субекти в социалната икономика целево: човешки ресурс (чрез трудово посредничество, чрез образователни и обучителни мерки); материален ресурс, което включва също предоставяне на сграден фонд и комунално обслужване; финансов ресурс.

Тъй като финансовият ресурс е в състояние да замести или да генерира другите ресурси, както Европейската комисия, така и националните правителства възприемат специфичен възглед по отношение на отпускането на парични средства за социалната икономика поради следните основания:

- размерът на такава субсидия е много малък по мащаб в сравнение с държавните бюджети;

- възвращаемостта като специфичен продукт и като стабилизиращ ефект е обикновено много висока;

- моралният и мобилизиращ ефект е висок и незаменяем по същество.

Регламентът за блоково изключване „de minimis“ позволява на държавите-членки да отпускат до 200 000 евро на определени компании, включително действащи и в сферата на социалната икономика, без каквито и да е формалности. През 2008 г. Комисията приема Общия Регламент за блоково изключване ((ЕС) № 800/2008), позволяващ на държавите-членки да отпускат голям брой категории помощ (за обучение, заетост, малки и средни предприятия, закрила на околната среда и др.) без предварително уведомяване на Комисията. В контекста на финансовата криза, Комисията приема временна рамка, позволяваща на държавите-членки да отпускат допълнителна помощ, с оглед осигуряването на достъп до финансиране. Всички тези категории помощ могат да бъдат особено полезни за социалните предприятия и могат да бъдат отпуснати без или с много малко административни формалности.

Държавата провежда последователна социална политика, съобразена с естеството на социалната икономика и действащите в нея субекти, насочена към стабилизиране на социалните резултати, които те постигат, за което ще въвежда процедурни, данъчни, а при хора с увреждания и инфраструктурни облекчения.

На местно равнище: Компетентният държавен орган, натоварен с приложението на Националната концепция за социална икономика, провежда държавната политика в сферата на социалната икономика на териториален принцип чрез националната мрежа на изпълнителните агенции и местната власт.

На равнище на социалния диалог - признаване като социален партньор: Социалната икономика като елемент от социалния диалог е понятие, разбираемо и приемливо от действащите социални партньори с оглед предмета на социалния диалог и възможностите на социалната икономика да дава пример с разрешаването на социални противоречия предвид функционирането едновременно като работодател, работник, инвеститор и собственик на предприятията.

На европейско равнище, Европейският център на предприятията с държавно участие и на предприятията от общ икономически интерес (СЕЕР) (<http://www.ceer.eu/>) е признат от Европейската комисия за представителна асоциация на работодатели в Европейския социален диалог. Като социален партньор СЕЕР представлява интересите на членовете си, сред които са и социални предприятия пред европейските институции, консултира се от Европейската комисия относно проекти на законодателни актове. СЕЕР делегира свои представители и наблюдатели в комитети и консултативни органи на европейските институции и така е в състояние да защитава интересите на своите членове.

На основата на принципа на субсидиарността, държавите-членки могат да прилагат този модел в националния социален диалог. Европейският парламент (А6-0015/2009) подкрепя необходимостта от признаване на съставните елементи на социалната икономика в европейския секторен и междусекторен социален диалог и изисква, както Комисията, така и държавите-членки да насърчават процеса на включване на действащите субекти на социалната икономика в тристранните консултации по всички трудово-правни и осигурителни въпроси.

Секторът на социалната икономика се развива благодарение на подготвени кадри. В тази връзка е приета и Резолюцията на Европейския парламент от 20 май 2010 г. относно ново партньорство за модернизиранието на университетите – за диалог между университетите и бизнеса, в която ЕП :

- „46. Отново напомня, че търговското предприемачество под различните му форми следва да се разглежда като една от професионалните алтернативи за младите абсолвенти и че е необходимо институциите за висше образование да предоставят на своите студенти задълбочени знания за всички форми на предприемачество, включително за социалната и солидарна икономика, като ги насърчава, например, да основават свои собствени дружества”;

- „72. Насърчава Комисията да продължи да подпомага диалога на национално, местно и регионално ниво с акцент върху най-добрите практики и да гарантира, че този диалог включва всички заинтересовани страни (напр. социалните партньори) и всички форми на предприятия (МСП, предприятия от социалната и солидарната икономика и т.н.), както и представители на трети страни (НПО и т.н.), с оглед на това да се подчертае икономическата и социална добавена стойност на сътрудничеството между двата свята на университета и на бизнеса”.

Отношението и реакциите на академичните и изследователските среди в България са адекватни по време и по същество на стоящата на дневен ред необходимост България да се впише в този аспект на европейския процес на социално включване.

Обучението по социално предприемачество е една от добрите иновации във висшето образование. Но съществуващите професии в момента не отразяват в необходимата степен специфичната същност и съдържание на социалното предприемачество. Дискутира се необходимостта да бъде регламентирана професията социален предприемач.

Типове организации и бизнес консултантски услуги, предлагани на социалните предприемачи: С предоставяне на възможности за усвояване на Европейските фондове чрез оперативните програми в България се наблюдава ръст на организации и физически лица, предоставящи консултантски услуги. Интересът към получаване на безвъзмездна финансова помощ и слабото познаване и развитие на социалното предприемачество води до фокус на предоставяните консултантски услуги към подготовка на проектни предложения според наличните към дадения момент опции. Липсват дългосрочни стратегии и ясна визия за постигане на устойчивост в дейностите.

Разнообразието от консултантски услуги е породено от нуждите на различните сектори и засега няма единен регистър на консултантите и консултантските организации, но се правят предложения да бъдат създадени такива регистри.

Обикновено бизнес консултантските услуги, предлагани на българския пазар, са ориентирани към проучване за финансиране, подготовка на проекти, управление на проекти, проектантски услуги, юридически услуги и др. Към тях могат да се добавят и бизнес анализи и бизнес развитие, бизнес софтуер, отчети и контрол. В последно време се развиват: мениджърско обучение, бизнес преговори, ERP избор, тим билдинг, подбор на персонал, ИТ консултиране и т.н.

Подкрепящи структури за развитието на социалното предприемачество: За начало на развитие на социалните предприятия в България може да се счита 2002 г., когато Каунтърпарт Инт. – България започва реализацията на програма за създаване и подкрепа на социални предприятия с финансиране от Американската агенция за международно развитие. Това е първото целенасочено използване и въвеждане на термина „социално предприятие” в публичното пространство в България, което предизвиква интерес сред нестопанските организации и местните общности. В рамките на програмата и в периода 2002 – 2006 година са проведени кампании за популяризация на социалното предприятия, като механизъм за социално включване, заетост на групи в неравностойно положение и стратегическа възможност за повишаване на капацитета на доставчиците на социални услуги. Едновременно с това след провеждане на два конкурса за нестопански организации, бяха избрани 45 организации от 17 общности, които участват в обученията и получават техническа помощ и финансиране за създаване на социални предприятия. В резултат на програмата и с оглед на нарастващата роля на социалната икономика в рамките на Обединена Европа, като част от дейностите за подкрепа на социалните предприятия, е организирана кампания за подготовка на законодателни промени, които да регламентират законово социалното предприятие в съществуващата нормативна уредба. Въпреки усилията на нестопанските организации и изразената политическа воля на правителството за осигуряване на адекватна нормативна уредба, предложенията остават само на хартия.

Първата стъпка за институционална подкрепа на социалното предприемачество е направена през 2009 г., когато Агенцията за социално подпомагане открива процедура за директно предоставяне на безвъзмездна финансова помощ по схема BG051PO0015.1.01 „Социално предприемачество - Популяризиране и подкрепа на социални предприятия /Пилотна фаза/. Цел на процедурата е да подкрепи развитието на социалното предприемачество като възможност за подобряване качеството на живот на лица от рискови групи и преодоляване на социалната им изолация.

През 2011 г. е стартирана нова процедура - BG051PO001-5.1.02 – „Нови възможности”. Основната цел е да се подкрепи процеса на развитие на социалната икономика и създаване на социален капитал чрез подкрепа на общините за осигуряване на заетост и активност на лица от рискови групи. Специфичните цели са: Подкрепа за лица от целевите групи; Оптимизиране на социалните разходи на общините; Подкрепа на инициативи на местно ниво, насочени към справяне с местни проблеми, произтичащи от бедността и социалната изолация на хората от съответната община; Създаване и подкрепа на добри практики за развитие на социални предприятия.

Други държавни агенции и неправителствени организации, които осигуряват подкрепа за дейности в сферата на социалното предприемачество са Агенцията за хората с увреждания (АХУ), Националното сдружение на работодателите на хора с увреждания (НСРХУ), Институт „Отворено общество”, Тръст за социална алтернатива” (ТСА), който подпомага най-вече представителите на ромската общност, организацията „Reach for Change”, чиято цел е да издигне благотворителността на едно по-високо ниво, чрез развитие на модели на социално предприемачество за деца и младежи в риск.

Обучения по социално предприемачество са възможни в различна степен във формалната образователна система според учебните програми, разработвани за различните нива и образователни степени – начално, основно, средно, професионално и висше образование. Центровете за професионално обучение, професионалните колежи и организации с предмет на дейност в областта на провеждане на обучения предоставят много по-големи възможности и гъвкавост чрез провеждане на неформални обучения.

Приоритети на Националната стратегия за учене през целия живот са:

- Крачка към нов образователен подход и иновации в образованието и обучението;
- Повишаване на качеството на образованието и обучението;
- Осигуряване на образователна среда за равнопоставен достъп до учене през целия живот, за активно социално включване и активно гражданско участие;
- Стимулиране на образование и обучение, съобразено с потребностите на икономиката и промените на пазара на труда;

Всички области на въздействие подкрепят придобиването и непрекъснатото развитие на девет ключови компетентности за учене през целия живот в един общ процес: компетентности в областта на българския език; умения за общуване на чужди езици; математическа компетентност и основни компетентности в областта на природните науки и на технологиите; дигитална компетентност; умения за учене; социални и граждански компетентности; инициативност и предприемчивост; културна осъзнатост и умения за изразяване чрез творчество; умения за подкрепа на устойчивото развитие и за здравословен начин на живот.

Въпреки че в редица програмни и стратегически документи, касаещи обучение и образование, се говори за значението на предприемачеството, извличането на данни за предоставяните възможности е много трудно постижимо, да не говорим за отчитане на постигнатите резултати.

Факт е обаче, че все повече проекти и програми се ориентират към предприемачеството, в частност социалното предприемачество като особен акцент, и включват като задължителен компонент обучения на целевите групи – напр. Програма за социално предприемачество за нестопански организации на Българския център за нестопанско право.

Обученията, предлагани от консултантски фирми ще се развиват занапред, но много често те са просто използвани за привличане на клиенти.

Организации, мрежи, проекти: Сред организациите в страната, работещи в областта на социалното предприемачество, най-голяма активност проявяват нестопанските организации, регистрирани по ЗЮЛНЦ – фондации и сдружения. Едва ли в рамките на настоящото изложение биха могли да се обхванат съществуващото разнообразие от организации, по-голямата част от които се отличават с малки размери, специфични цели и таргет групи. Безспорен лидер сред тях е Българският център за нестопанско право (БЦНП), оказващ подкрепа при изработване и прилагане на закони и политики с цел развитие на гражданското общество, гражданското участие и доброто управление в България, както и редица програми и проекти, вкл. такива, насочени основно към социалното предприемачество.

Форум „Социални предприятия в България“ е неформално обединение на хора и организации, работещи в сферата на социалното предприемачество. Той способства за обмена на информация и за формирането на политики, поставя проблемите на социалните предприемачи на национално ниво.

„Гласът ни“ е платформа, създадена с финансовата подкрепа на Програмата за подкрепа на неправителствени организации в България по Финансовия механизъм на Европейското икономическо пространство, в която темата за социалното предприемачество се модерира от двете организации.

Порталът за НПО в България NGOBG.info, с подкрепата на Тръста за гражданско общество в Централна и Източна Европа и Фондация Чарлз Стюърт Мот, предоставя пространство за споделяне и актуална информация за нестопанските организации в България.

„Социални инициативи за личностна алтернатива” е юридическо лице с нестопанска цел и е независима, неправителствена организация, която обединява хора, имащи отношение към социалните дейности.

Проект „Социалното предприемачество - алтернатива за финансова независимост и социална стабилност” има разработен сайт ато Интернет портал - виртуален бизнес инкубатор за социално предприемачество. Порталът обединява четири различни технологии:

Интернет сайт за популяризиране на проект „Социалното предприемачество - алтернатива за финансова независимост и социална стабилност” и напредъка по дейностите.

Електронен справочник, който систематизира и предоставя списък от полезни връзки към сайтове на държавни институции, агенции, НПО, развиващи социално предприемачество, както и връзки към електронни материали за Социалното предприемачество и електронна форма на нормативни документи, които регламентират и засягат въпроси свързани със социалното предприемачество и стопанската дейност на юридическите лица с нестопанска цел.

Виртуален ресурсен център, предоставящ материали за социално предприемачество: същност, бизнес планиране, маркетинг и др. И още: практически съвети и модели на работещи социални предприятия, форма за онлайн консултация.

Интерактивно пространство, където всички потребители могат да обменят опит и информация. Този виртуален механизъм дава възможност за изграждане на мрежа за обмяна на опит и добри практики в сферата на социалното предприемачество, за възникване на партньорства.

През 2011 г. Европейската комисия стартира целенасочена политика за признаване на ролята и подкрепа на социалната икономика под надслов „Инициатива за социално предприемачество” – създаване на благоприятна среда за насърчаване на социалните предприятия като основни участници в икономиката и социалната иновативност”. Комисията поставя социалната икономика и социалните иновации на централно място в дневния си ред, както по отношение на сближаването на степените на териториално развитие, така и в търсенето на оригинални решения на проблемите пред обществото и най-вече в борбата срещу бедността и социалната изолация. Според Европейската комисия социалното предприятие е участник в социалната икономика, чиято основна цел е по-скоро оказването на благотворно социално влияние, отколкото реализирането на печалба за собствениците или за партньорите. То работи на пазара като доставя стоки и услуги по предприемачески и иновативен начин и използва ревизираната печалба основно за социални цели.

През 2013 г. Европейският съюз регламентира създаването на Европейски фондове за социално предприемачество, ориентирани към подкрепа на социалните предприятия чрез подобряване на достъпа им до финансиране. Европейската комисия инициира и „Програма за заетост и социални иновации“, която разполага с ресурс от 90 млн. евро за създаването на европейски финансови инструменти за подпомагане стартиране и развитие на дейността на социалните предприятия във всички страничленки на ЕС.

Погледнато от друга перспектива социалното предприемачество в България е подкрепено чрез приоритетна ос 5 на Оперативна програма развитие на човешките ресурси. За програмния период 2007-2013 г. са предвидени близо 1214000 евро, съфинансирани от ЕСФ и националния бюджет. Голяма част от общините не реализират подобни проекти, поради бюрократични трудности и опасения за устойчивост на предприетите инициативи. Водещи експерти споделят, че излизайки на пазара, социалните предприятия се натъкват на конкуренция, като при това социалната им мисия не е причина за тяхното толериране, а по-скоро се превръща в тежест. Общото между тези инициативи е не само социалната мисия, която преследват, но и бенефициентите, към които се насочват а именно: хора с увреждания. Развитието на социалното предприемачество в България е подкрепено и от Програмата на Каунтарпарт интернешанал. От 2002 г. насам са разкрити 26 социални предприятия, които насочват дейността си към: производство и търговия; обучителни и консултантски услуги, социални и здрави услуги, детска грижа, услуги за деца и др.

Всички тези примери позволяват да се обобщат, че в България социалното предприемачество търпи развитие през последните години. Като практика, предприемаческите инициативи ползват натрупания опит от развитите страни, но са пречупени през призмата на българския контекст. От теоретична гледна точка, проблемът за социално предприемачество е слабо изследван, което затруднява обособяването на определени тенденции или прогнозирането на бъдещи перспективи. Организационно-правните форми на социалните предприятия са силно ограничени, което провокира тяхната „невидимост”. Съществен проблем при българската практика представлява и недостига на високо квалифицирани предприемачи, които са склонни

да развиват подобни инициативи. Недостатъчната ангажираност на държавната и местна власт също е фактор, ограничаващ разпространението на предприемачески практики.

За периода 2014-2020 са планирани средства в рамките на две оперативни програми, които ще се използват за насърчаване на „социалното предприемачество“, но остава неясна хипотезата доколко на практика те ще поощрят устойчиви модели и инициативи, без добри регулаторни условия за развитие и без да се изясни всъщност какви организации ще подкрепят.

Мерки и програми за насърчаване на заетостта в социалните предприятия

Политиката по насърчаване на заетостта е регламентирана в Закона за насърчаване на заетостта (ЗНЗ) и Правилника за прилагането му, който урежда различните групи от програми и мерки за стимулиране на работодателите за разкриване на работни места, стимулиране на предприемачество, обучение и квалификация за представители на различни целеви групи. Законът не съдържа разпоредби, които пряко да регламентират насърчаване на социалното предприемачество, но на практика предвид целевите групи, към които са насочени голяма част от мерките, последните са приложими за социалните предприятия.

Съгласно ЗНЗ няколко са институциите, предвидени в нормативната ни уредба за провеждане на насърчителна политика на пазара на труда.

Агенцията по заетостта е изпълнителният орган за изпълнение на държавната политика в сферата на заетостта, защита на пазара на труда, професионално информиране и консултиране, обучение на безработни лица и извършване на посреднически услуги. Националният съвет за насърчаване на заетостта, който се създава към министъра на труда и социалната политика, е консултативен орган при разработване на политиките за заетост. По решение на съвета на заседанията му освен редовните членове (те се определят от МС, представителни организации на работодатели и работници) могат да присъстват и представители на други нестопански организации. Към областните съвети действат Комисии по заетост, които се създават от Съвета за регионално развитие към Министерския съвет и са орган за регионално развитие на заетостта. Освен тези комисии на регионално ниво действат и Съвети за сътрудничество, които се създават към съответните поделения на Агенцията по заетостта – бюрата по труда, и осъществяват пряко наблюдение и контрол върху провежданата политика по заетостта.

Инструментите за насърчаване на заетостта са създаването на програми и мерки, които се разработват и реализират при спазване на изискванията на Закона за насърчаване на заетостта и правилника за прилагането му. Финансирането на активната политика за насърчаване на заетостта става ежегодно със Закона за държавния бюджет. Всяка година се изготвя Национален план за действие по заетостта, приеман от Министерския съвет по предложение на министъра на труда и социалната политика. В националния план се определят програмите, които ще бъдат реализирани през годината, целевите групи, към които ще бъде насочена приоритетно активната политика по заетостта през плановата година, и се залагат размерите на финансовите субсидии, които ще ползват работодателите, участващи в мерки и програми за насърчаване на заетостта.

Финансови стимули за насърчаване на заетостта: Според предназначението си средствата, които се предоставят за изпълнение на програмите и мерки за заетост, се разпределят между работодатели, безработни лица и обучаващи организации. Насърчителните мерки и преференции за работодателите са в няколко посоки с оглед на целевата група: наемане на младежи, трайно безработни, хора с трайни увреждания, военноинвалиди, самотни родители и други рискови групи, обучение и професионална квалификация за новонаетите лица, развиване на предприемачество от безработни лица. За да участват в програмите и мерките за насърчаване на заетостта, социалните предприятия трябва да отговарят на следните условия:

- Трябва да наемат лица, насочени от съответните поделения на Агенцията по заетостта, които да отговарят на условията за включване в съответната насърчителната мярка;
- Трябва да предоставят заявка за свободни работни места и писмено искане за насочване на безработни лица;
- Да имат сключен договор с бюро по труда;
- Да предоставят документ за среднописъчната численост на персонала за последните 6 месеца в случаите, когато това се изисква за ползване на преференцията;
- Не трябва да са получавали държавна помощ, независимо от формата и източника ѝ, на обща стойност над 200 000 лв. за последните три години;

- Да представят писмена декларация за липса на изискуеми публични задължения.

Всяка година в Националния план за действие по заетостта се определят размерите на средствата, предназначени за изпълнение на програмите и мерките за насърчаване на заетостта. Условието, редът и критериите за ползването на преференции за реализация на насърчителни мерки се определят с правилника за прилагане на закона. Законът и правилникът дават общата рамка на режима за ползване на преференциите. В отделните програми е възможно да се предвидят допълнителни условия и изисквания към кандидатите работодатели. Средствата се предоставят въз основа на сключен договор между териториалното поделение на Агенцията по заетостта и работодателя, като в договора задължително се посочват видът на програмата или мярката за насърчаване на заетостта.

Предоставят се средства за възнаграждения и осигурителни вноски или пък само за осигурителни вноски (и средства за провеждане на обучение за мерките, включващи такова). В случай че работодателят не изпълни задълженията си и не използва средствата по предназначение, той дължи връщането им заедно със законната лихва. Субсидиите се предоставят до изчерпването им, така както са заложи в държавния бюджет за съответната календарна година.

Работодател, който прекрати трудовото правоотношение преди изтичането на срока на насърчителната мярка и на допълнителния период, равен на периода на субсидирането, и това не е свързано с виновно неизпълнение на трудовите задължения, както и не разходва средствата по предназначение, следва да ги възстанови със законна лихва. Предвидени са изключения от това: когато предприятието се закрива, при производство по несъстоятелност и други.

Програми за насърчаване на заетостта: В съответствие със ЗНЗ Министерският съвет, Министерството на труда и социалната политика, Агенцията по заетостта и други институции и социални партньори разработват и предлагат за финансиране програми за увеличаване на заетостта, които са съобразени с приоритетите, приети в Националния план за действие по заетостта, Националния икономически план и Националния план за регионално развитие.

За националните програми отговорни институции по разработването и изпълнението им са МТСП и Агенцията по заетостта. Тези програми се утвърждават от министъра на труда и социалната политика след обсъждане със социалните партньори и в Националния съвет за насърчаване на заетостта. Утвърдените програми се предлагат за финансиране и включване в Националния план за действие по заетостта и в плана за действие на Агенцията по заетостта. За браншовите програми отговарят съответните отраслови министерства съвместно с отрасловите синдикални организации, браншовите камари, МТСП и Агенцията по заетостта.

За регионалните програми отговарят комисиите по заетостта към областните съвети.

Могат да бъдат разработвани и програми за заетост, ограмотяване, професионално обучение на групи в неравностойно положение, които по смисъла на Закона за насърчаване на заетостта са групи от безработни лица с по-ниска конкурентоспособност на пазара на труда, в които се включват: безработни младежи; безработни младежи с трайни увреждания; безработни младежи от социални заведения, завършили образованието си; продължително безработни лица; безработни лица с трайни увреждания; безработни лица – самотни родители (осиновители) и/или майки (осиновителки) с деца до 3-годишна възраст; безработни лица, изтърпели наказание лишаване от свобода; безработни жени над 50-годишна възраст и безработни мъже над 55-годишна възраст; други групи безработни лица.

Условието и редът за ползване на преференциите по програми за заетост и обучение се определят в съответната програма и/или правила и се утвърждават със заповед на министъра на труда и социалната политика. Работодатели – социални предприятия, ако отговарят на критериите, заложи в конкретната програма, могат да кандидатстват по нея. Информация за текущите програми и за посреднически услуги по насочването на безработни лица може да се получи от териториалните поделения на Агенцията по заетостта в цялата страна.

Мерки за насърчаване на заетостта: Мерките за насърчаване на заетостта са залегнали в закона и са определени по целева група – адресат на конкретната мярка. Няма пречка за социално предприятие работодател да ползва преференция едновременно по мярка, предвидена в закона и програма за заетост, стига да изпълнява задълженията си и да отговаря на условията и изискванията, предвидени в програмата, съответно по мярката.

Предвидени са финансови субсидии за социални предприятия работодатели, които разкриват работни места за:

- безработни лица до 29-годишна възраст;
- военноинвалиди;
- младежи (до 29 г.) с трайни увреждания и лица с увреждания;
- младежи от социални заведения, завършили образованието си;
- трайно безработни - с непрекъсната регистрация в бюро по труда повече от 12 месеца;
- самотни родители или осиновители и/или майки или осиновителки с деца до 3-годишна възраст;
- лица, изтърпели наказание лишаване от свобода;
- безработни лица, наети на непълно работно време;
- безработни лица с трайни увреждания, наети за сезонна, временна или почасова работа;
- безработни жени над 50-годишна възраст и мъже над 55-годишна възраст. Работодатели – социални предприятия могат да участват и по мерки, свързани с обучение и повишаване на професионалната квалификация на новонаети безработни лица или вече заети лица, както и в активните мерки за защита и запазване на заетостта по ЗНЗ.

Интересна хипотеза е възможността социални предприятия работодатели със статут на микропредприятия по смисъла на Закона за малки и средни предприятия да получат финансова субсидия за първите пет разкрити работни места, на които са наети безработни лица, насочени от бюрата по труда.

В специален раздел на закона са предвидени мерки за стимулиране на предприемачеството. Законът позволява безработни лица с право на обезщетение, които желаят самостоятелно да започнат стопанска дейност, да представят свой бизнес проект, по който, ако бъде одобрен, на лицата се предоставя еднократна сума за сметка на фонд „Безработица“ (лицето трябва да декларира, че е съгласно да получи тази еднократна сума вместо парични обезщетения или помощи за безработица). Ако бизнес проектът осигурява заетост на друг безработен член от семейството, се предоставят и допълнителни средства. Лицата, чито бизнес проекти са одобрени, извършват и регистрират стопанската си дейност съгласно действащото законодателство.

Последните изменения на ЗНЗ предвидиха, че безработни лица, регистрирали микропредприятие по Закона за малките и средните предприятия, могат да ползват средства за започване на самостоятелна стопанска дейност по одобрен от териториалното поделение на Агенцията по заетостта бизнес проект, ако вече не са упражнили правата си по закона, т. е. не са получили финансиране по одобрен друг бизнес проект или проект за земеделска дейност.

Освен финансирането на бизнес проекта на лицата се възстановяват разходи за ползвани външни консултантски услуги и предоставят и средства за придобиване на професионална квалификация по предмета на дейност и/или управлението на одобрения проект.

Възможности за финансиране по европейски и други фондове и програми: През настоящия програмен период 2014 - 2020 социалното предприемачество в България ще се финансира по Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, приоритетна ос 2 „Намаляване на бедността и насърчаване на социалното включване“, конкретно в процедура „Развитие на социалното предприемачество“. Целта на процедурата е да се улесни достъпът до заетост и да се осигури подкрепа за социалното включване на уязвими групи чрез създаване на подходящи условия за тяхната професионална интеграция. Дейностите трябва да са насочени към осигуряване на подкрепа за създаване на нови и разширяване дейността на вече съществуващи социални предприятия, специализирани предприятия и кооперации на хора с увреждания във връзка с осигуряване на заетост. Очаква се да бъде отворена през тази година и ще има бюджет от 15 млн.лв.

Програмите за териториално сътрудничество (ПТС) също предлагат много възможности за финансиране на социалното предприемачество. В ПТС Гърция-България 2014 - 2020 една от тематичните цели и инвестиционни приоритети е „Увеличаване на капацитета на социалните предприятия в трансграничния регион“. Дейностите, за които бенефициентите могат да кандидатстват, са:

- Подпомагане създаването и функционирането на социални предприятия, които предоставят иновативни решения и популяризират пазара на труда и социалните услуги сред населението от трансграничния регион;

- Подпомагане на социалния „франчайзинг“, в т.ч. обмяна на бизнес модели между трансгранични социални предприятия;

- Подпомагане развитието и изпълнението на методологии за наблюдение и оценка на социални, икономически и природни въздействия върху развитието на трансграничния регион.

В ПТС Балкани-Средиземно море 2014 - 2020 ще се подпомага изграждането на мрежи за сътрудничество между социални предприемачи от региона с цел утвърждаване на този икономически сектор и създаване на устойчиви работни места в трансграничните региони.

В останалите териториални програми социалното предприемачество не е изнесено като отделен приоритет, но за сметка на това включването на отделни социални целеви групи ще бъде приоритизирано при оценка на проекти. Такъв е случаят например с трансграничната програма със Сърбия, където ще се финансират проекти в подкрепа на младежкото предприемачество. В стратегията за Дунавския регион в България за новия програмен период един от основните приоритети е интеграцията на хората в неравностойно положение. Социалното предприемачество е засегнато и в рамковите програми на ЕС - програмата за научни изследвания и иновации "Хоризонт 2020" и програмата за образование "Еразъм+", където са приоритизирани два основни аспекта на социалното предприемачество – младежката заетост и обучението през целия живот. Допустими дейности са както анализи и развитие на стратегии за справяне със съответния социален проблем, така и повишаване на професионалната квалификация на младежи и други възрастни групи или на такива в неравностойно положение.

Изследване на социалното предприемачество в България идентифицира основните проблемни области и областите на обучение. Изследването включва анкетно проучване, осъществено в периода 01 ноември 2012 година – 31 декември 2012 година, в което участват 63 души, представители на НПО, местна власт, малки и средни предприятия, социални услуги и големи предприятия. Анкетирането е извършено територията на 6 общини – Ловеч, Троян, Севлиево, Летница, Дряново и Габрово. Състои се от въпроси, целящи да извлекат информация по отношение на интереса и компетенциите на заинтересованите страни по темата „социално предприемачество“, опита, нагласите и плановете им в тази област.

Анкетирани са следните типове организации: неправителствени организации, местни власти, малкии средни предприятия, организации, предоставящи социални услуги и големи предприятия. Половината от запитаните неправителствени организации са с основна дейност „Предоставяне на социални услуги“. Останалите анкетирани работят в следните сфери: социални услуги за работа с деца с увреждания, образователни услуги, младежки дейности, услуги за бизнеса, защита интересите на бизнеса, здравеопазване, социална политика, повишаване на квалификацията. По отношение на източниците на финансиране профилът на организациите, включени в проучването, е следният: от държавния или общинския бюджет – 59,95%; от европейски програми и проекти - 9,21%; от дарения – 2,63%; от приходи, реализирани от стопанска дейност – 25%; приходи от наеми – 1,32%; дялов капитал на членовете – 1,32%; членски внос – 3,95%; банков кредит – 2,63%.

По-голямата част нямат опит в работата със социални предприятия (77,97%), 6,78% отговарят, че са се възползвали от услугите на такова предприятие, а 15,25% имат или са участвали в такива проекти.

Според анкетираните целите на социалните предприятия са: да се намалят разходите – 4,76%; да се увеличава продуктивността – 6,80%; да се променят или разширяват продуктите и услугите – 13,61%; да се подобряват условията на труд на персонала – 15,65%; постоянно да се адаптират услугите спрямо клиентите – 20,41%; да се навлиза на нови пазари – 7,48%; предприятията да се адаптират към конкурентните условия - 10,20%; да се подобрява безопасността - 4,08%; да се прилагат стратегии за социална отговорност – 15,65%; друго - Да се създадат условия хора от маргинализирани групи да се социализират и да се подобри материалният им статус - 1,36%;

Поставен е въпрос „Към кой вид от следните социални предприятия проявявате интерес за взаимодействие?“ и анкетираните са посочили: социални предприятия като доставчик на социални и здравни услуги – 39,73%; социални предприятия като обучителни организации – 26,66%; социални предприятия като работодател на лица от маргинализираните групи – 19,18%; социални предприятия, занимаващи се с производство и търговия – 16,44%.

В отговорите на въпроса „Вашата организация има ли намерения да развива социално предприемачество?“ преобладават нагласи на интерес, но недостатъчна компетентност: да, имаме подобни

планове – 9,84%; в момента събираме повече познания по темата „социално предприемачество“ – 40,98%; сега се запознаваме с темата – 32,79%; не, нямаме такива намерения – 16,39%;

Относно желанието за работа с определени целеви групи в социално предприятие резултатите са следните: лица с физически увреждания – 29,29%; лица с психически увреждания – 13,13%; етнически малцинства – 6,06%; деца и семейства в риск – 11,11%; младежи, които не са интегрирани в обществото – 13,13%; жени, жертви на насилие; възрастни – 24,24%; лица с умствени увреждания – 1,01%.

Сред дейностите на социалните предприятия отговорът получил най-много точки е „социални услуги“ – 1/3 от запитаните, следван от „образование“ и развлекателни услуги.

Отговорите на въпроса за областта, в която анкетираните имат желание да надградят компетенциите си, показват следното:

- Нормативни документи, касаещи социалното предприемачество – 24,78%;
- Генериране и оценка на идеи – 13,27%;
- Организация и управление на социалното предприятие – 36,28%;
- Планиране и финансова устойчивост – 14,16%;
- Маркетинг – 4,42%;
- Управление на човешките ресурси – 7,08%.

Очакванията към отговорните за развитието на социалното предприемачество институции са следните:

- Да идентифицират проблемите в тази област – 25,21%;
- Да ги разрешават – 17,65%;
- Да подпомагат партньорствата между различните заинтересовани страни – 32,77%;
- Да осигуряват възможности за квалификация и обучение – 24,37%.

Проучването подчертава, че в България социалното предприемачество решава някои от най-спешните и сериозни социални проблеми, които обществото среща. Използването на социални иновации разширява портфолиото на възможните решения и позволява осъществяването на трансфер на социални иновационни схеми от една географска област в друга. Макар и все още скромни, предприемаческите инициативи са по-ефективни от традиционната „социална държава“, защото са по-малко бюрократични, по-гъвкави и способни да формират повече привързаност. Социалното предприемачество развива нови модели на активно социално подпомагане и включване, в което потребители и клиенти се насърчават да поемат по-голяма отговорност.

Въпреки сериозните промени, които се извършват през последните години – законодателни и административни – все още може да се говори за недостатъчната ангажираност на държавната и местна власт към дейността на социалните предприятия. Те все още се възприемат по-скоро като поредното „ново течение“, а не като осъзнат фактор за развитие и подпомагане на местните общности. Все още липсва ясна разпознаваемост в обществото на социалните предприятия като особен тип предприятие и често, излизайки на пазара, те се натъкват на конкуренция, като при това социалната им мисия не е причина за тяхното толериране, а по-скоро се превръща в тежест. Сред представители на общинските администрации все още са факт задръжките по отношение на частните доставчици на социални услуги. Местните власти все още се усещат основно отговорни за организирането и финансирането на услугите, като продължават да се придържат към директната доставка, вместо да делегират тези дейности на НПО и по този начин да освободят човешки ресурс и административен капацитет за друг тип услуги.

Социалното предприемачество в България е подкрепено чрез приоритетна ос 5 на Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“. За програмния период 2007-2013 г. са предвидени близо 1 214 000 евро, съфинансирани от ЕСФ и националния бюджет. Въпреки това голяма част от общините не реализират подобни проекти поради бюрократични трудности и опасения за устойчивост на предприетите инициативи.

Съществен проблем в българската практика на социално предприемачество представлява недостигът на високо квалифицирани предприемачи, които са склонни да развиват подобни инициативи.

Първоначалната оценка на сектора и проучването на съществуващите практики показват, че социалните предприятия се нуждаят от допълнителен капацитет, както в разработването на проекти, които да донесат допълнително финансиране, така и за развитие на организационния капацитет, стратегическо и

бизнес планиране. Необходимо е допълнително обучение в сферата на бизнес планиране, счетоводство, финансов мениджмънт, маркетинг, изграждане на партньорства и коалиции, фондонабиране и т. н.

В резултат на проучване на чужд опит и възможностите му за приложение в България е представена информация как би могло да изглежда една структура за сътрудничество и експертна подкрепа, аналогична на Агенцията за устойчивост на социалните предприятия в Италия, като принципни положения относно целите и дейността, статута и вътрешната организация:

Цел на агенцията: основна цел на агенцията може да бъде подпомагане на развитието на социалното предприемачество в България и насърчаване на диалога между нестопански сектор, бизнеса и публичния сектор с оглед постигане на обществено значими социални цели.

Дейност на агенцията:

- предоставянето на експертна подкрепа и помощ на социални предприятия, както и на други заинтересовани лица и организации (например бизнес организации, държавни и местни органи и институции, граждани които желаят да стартират социално предприятие), чрез индивидуални консултации, организиране на информационни и обучителни събития;

- извършване на експертни анализи на сектора и изработване на предложения за подобряване на средата за развитие на социалното предприемачество; осигуряване на обмен на добри практики;

- Участие в консултативния процес по повод политики и решения, които касаят и са свързани със социалното предприемачество.

Осъществяване на сътрудничество с бизнес организации и държавни институции.

Статут на Агенцията

Агенцията като част от системата на държавната администрация

Една от възможностите за създаване на Агенцията е като част от действащата към момента държавна администрация. За целта е необходимо да бъде направен задълбочен анализ на функциите на администрациите към отделните държавни органи и ресурсния им капацитет, за да се установи къде в йерархията на системата и под каква форма би било най-подходящо да се впише агенцията. Възможните варианти са различни: например като дирекция в министерство; като междуведомствена комисия, която да обединява ролята и позициите на двете министерства, в правомощията на които се включват различна част от въпросите, касаещи социалните предприятия – Министерство на труда и социалната политика и Министерство на икономиката и енергетиката; като част от правомощията и функциите на различни действащи към момента държавни и/или изпълнителни агенции, между-секторни съвети и други подобни формирования.

Агенцията като част от администрацията на общините

Този начин за обособяване на агенцията ще позволи подкрепата, която агенцията предоставя на социалните предприятия да бъде по-добре организирана и планирана, като се вземат предвид техните специфични нужди и местните условия, в които те осъществяват своята дейност. От друга страна, информацията и контактите, които общините ще създадат със социалните предприятия на техните територии ще ги подпомогне при планирането и изпълнението на социалната политика на местно ниво, както и при иницирането на адекватни местни програми и мерки за насърчаване развитието на социалните предприятия.

За да стане част дейността на агенцията от функциите на общинските администрации, следва да бъде направен подробен анализ на законодателството, включително и на действащи общински актове в отделните общини, за да се установи конкретния механизъм, чрез който това е възможно да се случи.

Агенцията като сдружение в обществена полза, създадено по реда на ЗЮЛНЦ

Предвид това, че настоящият наръчник има за цел да представи възможностите, чрез които в България да се приложи италианския модел на Агенция за устойчивост на социалните предприятия, статутът, който е най-близък до този на самата агенция в Италия е на юридическо лице с нестопанска цел – сдружение в обществена полза.

Положителните страни на този статут са следните:

- Осигурява автономността и структурна отделеност на агенцията от държавните институции, което да гарантира възможността тази структура да действа съобразно интересите на социалните предприятия;

- Разширява възможностите за осигуряване на финансовата издръжка и ресурсна обезпеченост на агенцията, чрез членски внос, приходи от национални или европейски финансиращи програми за реализиране на собствени проекти, приходи от предоставяне на платени експертни услуги, приходи от дарения и спонсорства и други;

- Гарантира представителност и легитимност на агенцията, чрез членуващите в нея социални предприятия, което ще улесни и подпомогне процеса на диалог с бизнеса и публичния сектор (държавни и местни органи). Това е едно от предимствата на сдружението като форма на ЮЛНЦ, което не може да се осигури при фондацията;

- Мотивира социалните предприятия да участват в агенцията, чрез осигуряването на достъп до експертната подкрепа, която тя предоставя на членовете си;

- Мотивира държавни институции, общини и бизнес организации да сътрудничат на агенцията в нейната дейност чрез възможностите за партньорство и контакт с работещи социални предприятия, която тя би им предоставяла;

- Осигурява публичност и контрол върху дейността на агенцията, чрез статута на обществената полза;

- Гарантира, че водещата цел в дейността на агенцията е нестопанската – да подпомага развитието на социалното предприемачество в България и да насърчава диалога между нестопански сектор, бизнеса и публичния сектор с оглед постигане на обществено значими социални цели. Това е и причината, поради която формата на кооперация не е подходяща, тъй като по своята си природа тя е търговец и осъществява дейността си с цел реализиране на печалба и разпределянето ѝ между членовете т. е. резултатите от дейността на една кооперация по правило са в полза само и единствено на нейните членове. На следващо място кооперациите нямат достъп до толкова различни източници на финансиране, както ЮЛНЦ;

- Осигурява гъвкава структура, съчетана с демократични принципи, на основата на които вземат решения органите на сдруженията;

- Сравнително малка административна тежест на управлението.

Ресурсно обезпечаване на дейността на агенцията

С оглед ресурсното обезпечаване на дейността на агенцията възможностите са следните:

- Да се проучи възможността за получаване на държавно или общинско имущество за безвъзмездно ползване за офис на агенцията;

- Експертите, с които разполага агенцията могат да бъдат осигурени от самите социални предприятия, които членуват в нея или на основата на партньорски споразумения с външни лица по отделни въпроси. Асоциираните членове, също биха могли да предоставят експертна помощ в рамките на дейността на агенцията;

- По-голямата част от дейността на агенцията би могла да бъде организирана чрез on-line платформа, която да осигури пространство за дискусия, както и за предоставяне на консултации и експертна подкрепа;

- Административния екип на агенцията да се състои от възможно най-малко хора например човек за контакт и поддържащ платформата и човек, който да подпомага органите на управление на агенцията в осъществяване на дейността им.

Създаването на Агенция за устойчивост на социалните предприятия по примера на Италия би било резултат и знак, за това че социалните предприятия са преминали на следващото ниво от своето развитие - те не са временни и програмно-ориентирани инициативи на нестопански организации, а последователна и целенасочена дейност, насочена към задоволяване на значимите социални нужди на уязвими групи в обществото. Това би било възможно само след като развитието на този сектор се включи в постоянния дневен ред на институциите на централно и местно ниво, както и след като бизнеса направи качествена оценка на ползите от инвестиция в този сектор.

Необходимо е определяне на критерии за социалните предприятия на законово ниво. За да се предвидят конкретни финансово стимулиращи мерки трябва да е ясно кой ще бъде техен бенефициент.

Анализът на европейските документи и дискусиите досега в страната ни водят към отличаване на следните критерии, които трябва да са налице едновременно при характеризирането на една дейност като социално предприятие. Те следва да бъдат обхванати от законовото определение за социално предприятие:

Бизнес инициатива – икономическа дейност, осъществявана по предприемачески начин.

Социална цел - целта на социалните предприятия е да бъде постигната устойчива социална промяна за дадена уязвима група (социална сфера) или да бъде решен общозначим обществен проблем (например екология). За всяко социално предприятие измеренията на тази нестопанска цел следва да бъдат формулирани конкретно (например: заетост, социална интеграция, включване, опазване на околна среда и т. н.).

Институционална независимост – т. е. социалното предприятие не е създадено по решение на държавен орган или община и не е подчинено на волята на държавен орган или община по силата на вътрешно-организационните си документи или нормативен акт;

Демократично включване - решенията за развитието и дейността на бизнес инициативата се взимат при отчитане на желанията и предпочитанията и степента на удовлетворяване на потребностите на представителите на съответната уязвима група. Това може да стане въз основа на вътрешно-организационни правила на социалните предприятия или по силата на нормативната регулация за дадена правно-организационна форма или дейност (напр. потребителските съвети към доставчиците на социални услуги).

Прозрачен начин на управление – социалното предприятие в съответната си правно-организационна форма спазва общо определени (или специфични за социалните предприятия) правила за прозрачност и отчитане пред обществото.

Реинвестиране на печалбата - печалбата от дейността преимуществено и периодично се реинвестира в самата бизнес инициатива, а не се разпределя между отделните лица – съдружници, акционери, членове, основатели и т.н. Реинвестирането може да има за цел разширяване на дейността или осигуряване на резервен фонд за издръжка в случай на криза. Това изискване е основна гаранция, че няма да има разкъсване/противоречие, противопоставяне между нестопанската цел и икономическата дейност и съответно то следва да се спазва и в случай на прекратяване на дейността на социалното предприятие. На следващо място тази характеристика е гаранция за целесъобразното използване на публичния ресурс, предоставен на социалното предприятие (че той няма да се използва за генериране на приходи в полза на частни лица, а ще продължи да подпомага постигането на нестопанската цел).

Препоръки към подобряване на правната и институционалната среда за развитие на социалните предприятия

Социалното предприемачество е добре познато понятие в повечето европейски страни. Социалните предприятия в тези държави осъществяват значим дял от дейностите в социалната сфера, като съчетават генерирането на приходи от извършването на стопанска дейност и постигането на определен социален ефект. Социалното предприемачество е уникално с това, че позволява обединяването на икономически и социални цели в едно, което позволява провеждане на ефективна социална политика и осигурява ефективна подкрепа за социално уязвимите групи на обществото в най-широк смисъл.

В българското законодателство липсват легална дефиниция за социално предприятие, както и норми, уреждащи статута и формата на дейността на социалното предприятие.

Въпреки липсата на законова уредба, практиката в България показва, че съществуват организации, които развиват социално предприемачество и се самоопределят като социални предприятия. Все пак, за да стане това устойчива политика, която да има реален резултат за хората, е необходимо не само пилотиране на различни модели, но и добро институционализиране в правната рамка, което ще стабилизира всяка интервенция и ще даде дългосрочна перспектива на инвестициите. Към това трябва да бъде добавена и подпомагаща стимулираща финансова политика, която да гарантира чрез позитивна дискриминация, че «равният шанс» с обикновения бизнес ще бъде осигурен.

Според действащото българско законодателство няма изрична правна регламентация на социалните предприятия, но това не означава, че такива форми не се откриват в практиката.

Съществуващите социални предприятия имат различни правноорганизационни форми на юридически лица от действащото законодателство (ЮЛНЦ, търговски дружества, кооперации), като е важно да бъде приложен критерият за реален социален ефект.

В някои случаи са предвидени и допълнителни регистрации, но това е според секторната насоченост на конкретната дейност.

Разпокъсаната правна уредба (според сектори – доставчици на социални услуги, специализирани предприятия и пр.) се отразява върху развитието на единна и последователна държавна политика за подкрепа на социалната икономика и социалните предприятия, което в крайна сметка рефлектира върху тяхната устойчивост и ефективност.

ИЗВОДИ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. Да се регламентират на ниво закон основните характеристики за определяне на социалните предприятия с цел тяхното по-благоприятно данъчно третиране. Не е необходимо обособяване на отделна правноорганизационна форма на социалното предприятие, тъй като и в момента българското законодателство чрез Търговския закон и Закона за юридическите лица с нестопанска цел дава достатъчно възможности за сдружаване на лицата и постигане на поставените от тях обществено значими цели. По-важното в случая е да се създадат условия за развитие на тяхната дейност, за да бъде постигната добавената стойност в посока социално включване на различните уязвими групи.

2. Да се регламентират различни данъчни облекчения при осъществяване на дейност като социално предприятие или реализиране на услугите/стоките, произведени в рамките на тази дейност.

3. Да се създаде действащ електронен регистър на социалните предприятия на територията на Република България. Регистърът следва да интегрира и сега действащия регистър на търговските предприятия и кооперации на хора с увреждания, воден от Агенцията за хора с увреждания. Основната му цел следва да бъде да се открият добрите практики и възпроизводимите модели, като да се разработи заедно със засегнатите страни пълна карта на социалните предприятия в България чрез определяне на характеристиките им, икономическите им модели, икономическата им тежест, потенциала им за трансграничен растеж, съдържанието и критериите на правните устави и данъчните режими, както и съществуващите механизми.

4. Да се създадат по-облекчен достъп и процедури за участие на социални предприятия като изпълнители на обществени поръчки – разширяване на кръга от лица по действащия чл. 16 в от Закона за обществените поръчки /ЗОП/, както и механизми, гарантиращи изпълнението на нормативните документи.

5. Да се изготвят разяснителни облекчени процедури за работодателите социални предприятия - какви документи следва да подготвят, наемайки хора с увреждания/хора в неравностойно положение/, с цел да бъде избегната административната тежест от страна на работодателите, както и последващи санкции от страна на ИА “Главна инспекция по труда“.

6. Да се развият повече мерки, които са насочени към стимулиране и подкрепа дейността на социалните предприятия, с цел изграждане на капацитет и конкурентоспособност и развитие на иновации; програмите е възможно да бъдат финансирани по оперативните програми.

7. Да се улесни достъпът до финансиране за социалните предприятия при започването на дейността им, развитието и разширяването им чрез инвестиции в социалните инвестиционни фондове, които предоставят инструменти на собствения капитал и дългово финансиране.

8. Търсене на възможности за използване на програмен период 2014-2020 г. за планиране и осигуряване на средства за осъществяване на националните и местни политики за стимулиране на социалното предприемачество.

Предвидените към момента данъчни облекчения са крайно недостатъчни, за да се стимулира реално развитието на социалното предприемачество в България – преди всичко съществуват облекчения към дарителите – корпоративни и в по-малка степен към дарителифизически лица, която мярка е по-скоро насърчаваща корпоративната социална отговорност; Липсват сериозни данъчни стимули за извършена дейност като социално предприятие; Това, което съществува като политика за финансови стимули, е в голяма степен насочено само към предприемачество за една от уязвимите групи – хора с увреждания; Със сигурност част от добрата правна рамка, обезпечаваща насърчителната среда за развитие на социалните предприятия, е ясното регламентиране на конкретни данъчни облекчения към всички, които покриват определението и резултата за социално предприятие, и то с оглед на извършената дейност.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Терзиев, В., Георгиев, М. Характеристики на системата за социално подпомагане. // Сборник доклади от годишна университетска научна конференция 14-15 юни 2018 г., Електронно издание, НБУ Васил Левски- Велико Търново, Велико Търново, 2018, стр. 959-969, ISBN 978-619-7246-20-9 (online e-book), ISSN 2367-7481.
- [2] Терзиев, В., Георгиев, М. Социална защита на уязвимите групи от населението в България. // Сборник доклади от годишна университетска научна конференция 14-15 юни 2018 г., Електронно издание, НБУ Васил Левски- Велико Търново, Велико Търново, 2018, стр. 970-975, ISBN 978-619-7246-20-9 (online e-book), ISSN 2367-7481.
- [3] Терзиев, В., Георгиев, М. Характеристики на системата за социално подпомагане. // Сборник доклади от Годишна университетска научна конференция 14-15 юни 2018г., Научно направление „Социални, стопански и правни науки”, НБУ Велико Търново, Велико Търново, Издателски комплекс на НБУ „Васил Левски”, 7, 2018, стр. 177-187, ISBN 978-619-7246-20-9 (online e-book), ISSN 1314-1937.
- [4] Терзиев, В., Георгиев, М. Социална защита на уязвимите групи от населението в България. // Сборник доклади от Годишна университетска научна конференция 14-15 юни 2018г., Научно направление „Социални, стопански и правни науки”, НБУ Велико Търново, Велико Търново, Издателски комплекс на НБУ „Васил Левски”, 7, 2018, стр. 188-193, ISBN 978-619-7246-20-9 (online e-book), ISSN 1314-1937.
- [5] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Modern dimensions of social policies. // International journal scientific papers Vol 23.4 Promoted in Budva, Montenegro 24-27.05.2018, IKM - Skopje, 23, 2017, N 4, pp. 935-944, ISSN 1857-923X (for e-version) ISSN 2545- 4439 (for printed version).
- [6] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Social support as part of social policy. // International journal scientific papers Vol 23.4 Promoted in Budva, Montenegro 24-27.05.2018, IKM - Skopje, 23, 2017, N 4, pp. 973-980, ISSN 1857-923X (for e-version) ISSN 2545 - 4439 (for printed version).
- [7] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Structure of the social welfare system in Bulgaria. // International journal scientific papers Vol 23.4 Promoted in Budva, Montenegro 24-27.05.2018, IKM - Skopje, 23, 2017, N 4, pp. 1275-1281, ISSN 1857-923X (for e-version) ISSN 2545 - 4439 (for printed version).
- [8] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Role and place of social programing in public governance. // Міжнародної науково-практичної конференції «Забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, можливості, перспективи» (16-17 лютого 2018 року, м. Ужгород), Міністерство освіти і науки України Ужгородський національний університет, 2018, с.93-98, ISBN 978-966-916-488-9.
- [9] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Social program as a product of social programming. // Міжнародної науково-практичної конференції «Забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, можливості, перспективи» (16-17 лютого 2018 року, м. Ужгород), Міністерство освіти і науки України Ужгородський національний університет, 2018, с. 99-104, ISBN 978-966-916-488-9.
- [10] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Social efficiency as a measure of social activities. // Міжнародної науково-практичної конференції «Забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, можливості, перспективи» (16-17 лютого 2018 року, м. Ужгород), Міністерство освіти і науки України Ужгородський національний університет, 2018, с. 104-109, ISBN 978-966-916-488-9.
- [11] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Assessment of the effectiveness of social programing. // Міжнародної науково-практичної конференції «Забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, можливості, перспективи» (16-17 лютого 2018 року, м. Ужгород), Міністерство освіти і науки України Ужгородський національний університет, 2018, с. 110-115, ISBN 978-966-916-488-9.
- [12] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Social activity of human resource as a basis of effective social policy. // Міжнародної науково-практичної конференції «Забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, можливості, перспективи» (16-17 лютого 2018 року, м. Ужгород), Міністерство освіти і науки України Ужгородський національний університет, 2018, с. 116-121, ISBN 978-966-916-488-9.
- [13] Terziev, V., Banabakova, V., Georgiev, M. Strategic advantages of an active social program. // Міжнародної науково-практичної конференції «Забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, можливості, перспективи» (16-17 лютого 2018 року, м. Ужгород), Міністерство освіти і науки України Ужгородський національний університет, 2018, с. 122-127, ISBN 978-966-916-488-9.

- [14] Terziev, V., Vanabakova, V., Georgiev, M. Assessment of the effectiveness of social programming. // Міжнародної науково-практичної конференції «Забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, можливості, перспективи» (16-17 лютого 2018 року, м. Ужгород), Міністерство освіти і науки України Ужгородський національний університет, 2018, с. 127-131, ISBN 978-966-916-488-9.
- [15] Terziev, V., Vanabakova, V., Georgiev, M. The social program as a part of development strategies. // Міжнародної науково-практичної конференції «Забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, можливості, перспективи» (16-17 лютого 2018 року, м. Ужгород), Міністерство освіти і науки України Ужгородський національний університет, 2018, с. 132-137, ISBN 978-966-916-488-9.
- [16] Terziev, V., Vanabakova, V., Georgiev, M. Social programming as a possibility to increase social efficiency. // Міжнародної науково-практичної конференції «Забезпечення сталого розвитку економіки: проблеми, можливості, перспективи» (16-17 лютого 2018 року, м. Ужгород), Міністерство освіти і науки України Ужгородський національний університет, 2018, с. 137-142, ISBN 978-966-916-488-9.

THE COMPETENCY APPROACH IN STRATEGIC MANAGEMENT OF HUMAN CAPITAL

Nedka Nikolova

Technical University – Varna, Bulgaria, n.nikolova@tu-varna.bg

Abstract: Human capital theory is one of the most significant achievements in economic science in the twentieth century, as this fact is backed up by the two Nobel Prizes, awarded to its creators *Theodor Schultz (1979)* and *Gary Becker (1992)*. With its interdisciplinary nature, it is increasingly becoming a methodological basis for the strategic rethinking and solving of the most significant problems of modern business organizations. In order to achieve competitive advantage in a dynamic market environment and being under constant pressure to change, organizations are seeking new management approaches and innovative strategies, based on new models of knowledge, creativity and competence - integrated systems or matrices of knowledge, skills, attitudes and behaviour. Their specific expressions are complementary basic, functional (specific) and transformational competencies. Over the last decade, there has been a transition from a qualitative to a new, competency approach that integrates the latest advances in information technologies and modern interactive learning methods. In scientific literature it is assumed that the competency approach originates from the "Theory of Achievements", also called "The Three Needs Theory," or "The Aquired Needs Theory" written by American Harvard University professor *David McClelland (1917-1998)*. In his fundamental works: "The Achievement Motive" (1953); "Power: The Inner Experience" (1975); "Human Motivation" (1985) and some practical experiments, he attempts to identify and systematize these factors and attributes of employees (e.g. values, motives, moods) that predetermine the "superb" performance of the work assignment. The first corporate competency model was developed in 1970. Based on in-depth research, the American Management Association identifies five clusters of effective management competences (1979), and since 1989, the competency approach has been actively studied in the business education of American universities, then it has also been transferred to European higher education institutions and world practice. In our country, the competency approach has been explored over the past few years in relation to new educational technologies in mathematics, literature, foreign languages in secondary schools and some higher education specialties. However, on the basis of the results, the integration potential and the flexibility of the competence approach, the interest in its application as a tool for human capital management is increasing in international theory and practice.

The main goal of the author in this article is the systematization of the theoretical research results on the conceptual nature, methodology and methods of the competency approach in the strategic management of human capital in organization. The best practices of leading global companies in the „*Fortune Global 500 Companies*” are discussed. The practical significance of the study is the possibility that the results could be used by Bulgarian companies in their competitive struggle to attract talents.

Keywords: human capital management, competency approach, competency-based education

КОМПЕТЕНТНОСТНИЯТ ПОДХОД В СТРАТЕГИЧЕСКОТО УПРАВЛЕНИЕ НА ЧОВЕШКИЯ КАПИТАЛ

Недка Николова

Технически университет – Варна, България, n.nikolova@tu-varna.bg

Резиме: Теорията за човешкия капитал е едно от най-значимите постижения в развитието на икономическата наука през XX в. и този факт е подкрепен с двете Нобелови награди, присъдени на нейните създатели *Theodor Schultz (1979)* и *Gary Becker (1992)*. Със своя интердисциплинарен характер тя все повече се утвърждава като методологическа основа за стратегическото преосмисляне и решаване на най-значимите проблеми на съвременните бизнес организации. За да постигнат конкурентно предимство в динамична пазарна среда и под непрекъснат натиск за промяна, организацията се стремят към нови управленски подходи и иновативни стратегии, базирани на новите модели на знанието, креативността и компетентността

– интегрирани системи или матрици от знания, умения, нагласи и поведение. Техен конкретен израз са взаимнодопълващи се базови, функционални (специфични) и трансформационни компетенции. През последното десетилетие се наблюдава преход от квалификационния към нов, компетентностен подход, който интегрира последните постижения на информационните технологии и съвременните методи за интерактивно обучение. В научната литература се приема, че компетентностният подход води своето начало от „Теорията на постиженията”, наречена още „Теорията за трите потребности” или „Теория за придобитите потребности”, чийто автор е американският професор от Харвардския университет *David McClelland (1917-1998)*. В своите фундаментални трудове: „The Achievement Motive” (1953); „Power: The Inner Experience” (1975); „Human Motivation” (1985) и практически експерименти той се опитва да идентифицира и систематизира тези фактори и качества на служителите (ценности, мотиви, настроения), които предопределят „превъзходното” изпълнение на възложената работа. Първият корпоративен модел на компетенции е разработен през 1970 г. На основата на задълбочени изследвания Американската асоциация по мениджмънт обособява пет клъстера от компетенции на ефективния мениджмънт (1979), а от 1989 г. компетентностният подход активно се изучава в бизнесобучението на американските университети, от където е пренесен и в европейските висши училища и световната практика. В нашта страна компетентностният подход се изследва през последните няколко години във връзка с новите образователни технологии в обучението по математика, литература, чужди езици в средните училища и за някои специалности на висшето образование. На основата на резултатите, интеграционния потенциал и гъвкавостта на компетентностния подход обаче, в международната теория и практика нараства интересът към неговото приложение като инструмент за управление на човешкия капитал.

Основна цел на автора в настоящата публикация е систематизация на резултатите от теоретичните изследвания относно концептуалната същност, методологията и методиката на компетентностния подход в стратегическото управление на човешкия капитал в организацията. Обсъдени са най-добрите практики на водещи глобални фирми в каласацията на „*Fortune Global 500 Companies*”. Практическата значимост на изследването е във възможността резултатите да бъдат използвани от български компании в конкурентната борба за привличане на таланти.

Ключови думи: human capital management, competency approach, competency-based education

ВЪВЕДЕНИЕ

За да постигнат конкурентно предимство в динамична пазарна среда и под непрекъснатия натиск за промяна, организациите се стремят към нови управленски подходи и иновативни стратегии, базирани на новите модели на знанието, компетентностите и креативността – интегрирани системи или матрици от ценности, знания, умения, нагласи и трудово поведение. През последното десетилетие се наблюдава *преход от квалификационния към нов, компетентностен подход*, който интегрира последните постижения на образователните и информационни технологии със съвременните постижения на теориите за управление. От своето създаване през 70-те години на ХХ-ти век до днес, компетентностният подход е най-широко изследван и приложен за целите на обучението, по цялата верига на образователния процес. През последните години, на основата на анализа на резултатите от добрите практики, интеграционния потенциал и гъвкавостта на компетентностния подход, в международната теория и практика, нараства интересът към неговото приложение в различни сфери на човешкото познание. В теорията и практиката на бизнес управлението компетентностният подход се изследва и идентифицира като нов иновативен инструмент за стратегическо управление на човешкия капитал. Управлението на компетенциите се утвърждава като стратегическа възможност за повишаване на конкурентоспособността на организациите на основата на устойчиво нарастване на човешкия потенциал. В глобален план все повече компании използват компетентностни модели при формулирането и реализацията на своите конкурентни стратегии. В България компетентностният подход е обект на изследване през последните няколко години във връзка с новите образователни технологии в обучението за средните училища и за някои специалности на висшето образование, но все още е недостатъчно изследван за целите на корпоративното управление. След стартирането на националния проект *MyCompetence* не са достатъчно изследвани неговата популярност и ефективността от неговото приложение в бизнессектора, както и предизвикателствата пред неговото

развитие³⁸. Това изисква разгръщане на фронта на научните и практико-приложните изследвания с цел анализиране на възможностите за неговото развитие, разширяване на обхвата и повишаване на ефективността от неговото приложение.

ФОРМИРАНЕ НА МЕТОДОЛОГИЯТА НА КОМПЕТЕНТНОСТНИЯ ПОДХОД

В научната литература се приема, че компетентностният подход води своето начало от „Теория на постиженията”, наречена още „Теория за придобитите потребности” или „Теорията за трите потребности”, чийто автор е американският професор, психолог от Харвардския университет *David McClelland (1917-1998)*. В своите фундаментални трудове: „The Achievement Motive” (1953); „Power: The Inner Experience” (1975); „Human Motivation” (1985) и практически експерименти, той се опитва да идентифицира и анализира тези организационни фактори, които съчетани с индивидуалните качества на служителите (ценности, мотиви, настроения), предопределят „превъзходното изпълнение на възложената работа”³⁹. Основната теза в теорията на МакКлиланд е, че мотивацията, която формира трудовото поведение на хората се гради въз основа на доминиращата роля на една от трите „висши потребности”: 1) необходимост от постижения; 2) необходимост от принадлежност и 3) необходимост от власт, които не са наследствено придобити (вродени). Те се придобиват и развиват винаги, когато хората виждат в заобикалящата ги среда възможности да ги удовлетворят. Без да игнорира останалите две, в своята трудова дейност всеки човек се стреми да удовлетвори приоритетно доминиращата необходимост. Така, в зависимост от доминиращата необходимост, във всяка организация се формират три типа служители: с доминираща необходимост от постижения, с доминираща необходимост от принадлежност и обвързване и с доминираща необходимост от власт. Трите потребности се пораждаат и развиват в хората чрез житейския и трудов опит, факторите на работната среда и организационната култура. Най-важните изводи на МакКлиланд, които поставят основите на компетентностният подход се свеждат до следните обобщения⁴⁰:

- необходимостта от постижение е по-важна от материалните и финансови награди;
- постигането на целта е по-важно от личностното удовлетворение отколкото признанието и похвалата от висшестоящата институция;
- финансовите награди служат на индивида само за измерване на успеха и сами по себе си не са крайна цел;
- обратната връзка е от особена важност, без нея постиженията не биха могли да бъдат измерени;
- индивидите, които се стремят към постижения, търсят пътища и правят това непрекъснато.

Мениджмънтът на организацията трябва да познава и управлява доминиращите потребности на своите служители, с което ще структурира по-ефективно работата на своите екипи и ролята в тях. Така МакКлиланд стига до най-същественния въпрос: възможно ли е и как, с какви средства да се проверяват личностните качества (ценности, мотиви, нагласи) на кандидатите за работа в организацията, за да се прогнозира развитието на тяхното трудово поведение. В практиката на американските компании по това време подборът на кандидатите се извършвал по два фактора: резултатите от обучението в учебното заведение и тестовете за определяне на равнището на интелигентност (IQ). На основата на задълбочени изследвания МакКлиланд и екипът му стигат до извода, че този подход за подбор на персонала не е достатъчно ефективен и, че такива фактори като академичните резултати, престижът на университета, резултатите от тестовете за IQ, дори резултатите от корпоративните тестове не гарантират реалната пригодност на кандидата за вакантната длъжност. Следователно, съществуват други фактори, които определят и разграничават трудовото представяне на „най-добрите” от „посредствените” служители и резултатите от тяхната работа.

На основата на Метода на анализа на критичните ситуации на Фланаган (*Flanagans Critical Incident Method*) и Теста за тематично възприемане (*Thematic Apperception Test - TAT*), МакКлиланд и неговият екип

³⁸ Данев Б., *MyCompetence* – необходимост, резултати и предизвикателства, Обобщение на резултатите от проект „Разработване и внедряване на Информационна система за оценка на компетенциите на работната сила по браншове и региони, София, БСК, 1 юли 2015

³⁹ McClelland D., *Human Motivation*, N.Y., McGraw-Hill, 1985, p. 46

⁴⁰ Коев Й. и колектив, Управление на човешките ресурси, Издателство „Наука и икономика”, Икономически университет – Варна, 2017, с.41

разработват специална методика, популярна като „поведенческо интервю” (Behaviour Event Interview), която била експериментирана през 70-те години за целите на подбора на младши сътрудниците в Дипломатическата информационна служба на Държавния департамент на САЩ. В хода на изследването за първи път е използвано понятието „компетенции”, с което са обозначени личностните характеристиките, които отличават най-ефективните изпълнители. Първият компетентностен модел, разработен за дипломатите от информационния отдел включва три вида компетенции: 1) разбиране на културните различия в междуличностното общуване; 2) положителни нагласи и очаквания при общуване с хората и 3) способност за бърза ориентация в нова политическа среда⁴¹. На основата на резултатите от изследванията на МакКлиланд, Американската асоциация по мениджмънт обособява пет клъстера от компетенции на ефективния мениджмънт (1979), а от 1989 г. компетентностният подход активно се изучава в бизнесобучението на американските университети, от където е пренесен и в европейските висши училища и световната практика.

РАЗВИТИЕ НА КОМПЕТЕНТНОСТНИЯ ПОДХОД В БЪЛГАРИЯ

В научната литература няма единно становище относно *периодизацията в развитието* на компетентностния подход. Различията се основават на различните изследователски подходи и интерпретацията на отделни факти, свързани с формирането на неговите методологически основи. В някои научни изследвания се приема, че компетентностният подход се е появил в хода на Болонския процес⁴². Други автори считат, че той се е появил в началото на 90-те години на XX-ти век в отговор на нарастващото несъответствие между потребностите на пазара на труда и подготовката на дипломираните специалисти в средното и висше образование⁴³. На основата на проучените систематизации можем условно да обособим пет етапа във формирането и развитието на компетентностния подход в България⁴⁴:

Първи етап (1960-1970) – период на зараждане и формиране, компетентностният подход намира приложение главно в областта на езиковото и чуждозиково обучение, формулирани са понятията „компетенция” и „компетентност” (Н. Чомски, Р. Уайт, Д. Хаймс) и се водят дискусии за тяхното разграничаване. В САЩ са създадени и експериментирани първите компетентностни модели. Компетентностният подход е въведен в академичната практика за целите на бизнесобучението.

Втори етап (1971-1990) – в този период понятията „компетенция” и „компетентност” се обогатяват и развиват, дадена е дефиниция и разгърната характеристика на компетентността като понятие „съставено от голям брой компоненти, много от които са независими един от друг и могат да се заместват взаимно, като съставки на ефективно поведение”⁴⁵, въвеждат се понятията „социална компетентност-компетенция” и „компетентност за общуване”⁴⁶. В този период компетентностният подход разширява своето приложение в в различни сфери на общественно-политическия живот: социологията, икономиката, политиката, психологията и образователните практики.

⁴¹ Sandberg J., Understanding human competence at work: An interpretative approach. The Academy of Management Journal, 43(1), p. 9-25

⁴² Байденко В.И., Болонский процесс: результаты обучения и компетентностный подход, М, ПИТЕР, 2009; Ветохин С., О. Граблевский, Болонский процесс как путь модернизации системы высшего образования Беларуси, Минск, 2014; Горылев И.А., Е.А.Пономарьова, В.А.Русаков, Методология TUNING: Компетентностный подход, Нижний Новгород, 2011

⁴³ Haug R., Trends in Learning Structures in Higher Education in Europe: Paper prepared for the Confederation of European Rectors conferences and the Association of European Universities, Aug. 1999

⁴⁴ Вацов С., Предизвикателствата на компетентностния подход, International Science Conference “Economics and Society development of the Base of Knowledge”, 4-5 June 2009, Volume 2, Stara Zagora, Bulgaria, 2009; Димитрова Р., Разбиране и прилагане на компетентностния подход в обучението по финансов контрол, Известия на Икономически университет – Варна, том 60, № 2, 2016, с.209-210; Зимняя И.А., Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании, М., 2004

⁴⁵ Равен Д., Компетентность в современном обществе, перевод с английского, Когито-центр, М., 2002

⁴⁶ Тонкович И.Н., Компетентностный подход в высшем образовании: содержательно-логический анализ. Инновационные образовательные технологии, № 3, 2011

Трети етап (1991-2000) – този период се характеризира с институционалното признаване и утвърждаване на компетентностния подход като методологическа основа на образователната политика на ЕС. В документите на ЕК и други международни организации и форуми се подчертава приоритетната роля на обучението базирано на компетенции (competence-based education – CBE): Лисабонската стратегия, Болонската програма и последвалите документи за модернизация на образованието⁴⁷; Документите от симпозиума в Берн (1996) по програмата на Съвета на Европа за ключовите компетенции (key competencies) в реформата на образованието; Стратегическият план „Европа 2020“ и др. Стратегическа роля на програмен документ има Доклада на Международната комисия за образованието през XXI в. „Образованието: скритото съкровище“, в който Жак Делор формулира „четири стълба“ на модерното образование: 1) да се научим да знаем (learning to know); да се научим да действаме (learning to do); да се научим да живеем заедно (learning to live together); да се научим да бъдем себе си (learning to be)⁴⁸.

Четвърти етап (2001-2009) се характеризира с широкото популяризиране на подхода не само в страните – членки на ЕС, но и в САЩ, Русия, Австралия, Нова Зеландия. Нарастването на интереса към компетенциите и глобализирането на неговото приложение поставя проблема за стандартизиране на базовата терминология и средствата за измерването на обучителните резултати и тяхното анализиране. В резултат на тази потребност се развиват национални и международни структури, чиято основна цел е създаването на експертни екипи за разработване на стандарти и квалификационни рамки за приложението на компетенциите в съответните области⁴⁹. В този период държавните образователни стандарти на страните членки на ЕС се съобразяват с изискванията на Болонската декларация, а десетилетието 2005-2014 г. преминава под обявената от ЮНЕСКО декада „Образование за устойчиво развитие“.

Развитието на компетентностния подход в България следва основните тенденции на европейската политика за повишаване на качеството на образованието и жизнения стандарт. Началото на институционалната подкрепа за неговото приложение е поставено през 2002 г., когато с финансовата подкрепа на Британския съвет в България се разработват и приемат първите български стандарти за професионална компетентност на работещите в областта на управлението на човешките ресурси. През 2005 г. с участието на чуждестранни експерти се извършва пилотно тестване на WEB-базирана система за оценяване на професионалната компетентност (HR WEB COMPASS). На основата на изследванията от този период, се прави заключение, „че компетентностният подход у нас се прилага предимно от чуждестранни фирми, чиито централи са инвестирани значителни средства за тази цел“⁵⁰.

Качествено нов *пети етап* в развитието на компетентностния подход в България поставя национален проект „Разработване и внедряване на информационна система за оценка на компетенциите на работната сила по браншове и региони MyCompetence.bg“ (2010-2015), реализиран от Българската стопанска камара – съюз на българския бизнес с финансовата подкрепа на ОП „Развитие на човешките ресурси“ (2009-2015), съфинансирана от Европейския социален фонд. Основна цел на проекта е изграждането на национална „on-line“ система за управление на човешките ресурси, която предоставя информация за разработени секторни компетентностни модели, описания на длъжности, тестове, възможности за електронно обучение и други специализирани услуги за оценка и развитие на компетенциите на работната сила в България⁵¹. В основата на дефинирането на изискванията към компетенциите са анализирани и отчетени водещите практики на Британските стандарти за наемане на работа NOS (National Occupational Standards, UK), Европейската база

⁴⁷ Ford K., Competency-Based Education History, Opportunities and Challenges, Adelphi, 2014

⁴⁸ Delor J., Learning: The Treasure Within, Report to UNESCO of International Commission on Education for the Twenty-first Century, UNESCO Publishing, 1997

⁴⁹ Този проблем е изследван в статията на доц. д-р Руслан Пенчев от Международното висше бизнес училище в Ботевград „Моделите основани на компетенции – мода или необходимост“, Осма международна научно-практическа конференция „Преподаване, учене и качество във висшето образование, Бояна, 17-18 юни 2011

⁵⁰ Николова И., Приложенията на компетентностния подход в сектор Туризм“, сп. Икономически и социални алтернативи, бр.4, 2014, с.92

⁵¹ Данев Б., MyCompetence – необходимост, резултати и предизвикателства, Обобщение на резултатите от проект „Разработване и внедряване на Информационна система за оценка на компетенциите на работната сила по браншове и региони, София, БСК, 1 юли 2015

(EurOccupations), Американската система за компетенции при заемане на длъжност (O*NET) и др. Реалните практически резултати на проекта са в два аспекта: *първо*, в методически аспект – изградена е браншова и регионална референтна мрежа и концептуален модел на информационната система за оценяване и актуализиране на компетенциите на работната сила съобразно настоящите и бъдещите потребности на пазара на труда и *второ*, в институционален и организационен аспект – изградена е Национална референтна мрежа като специфична организационна инфраструктура в която са обособени национален орган, секторни референтни звена и регионални центрове за оценка на компетенциите.

Независимо от силния старт на проекта, безспорните резултати от неговата реализация и високата институционална подкрепа, компетентностният подход в България все още е недостатъчно популярен в бизнесектора, особено в сегмента на малките и средни предприятия (МСП). Резултатите от нашите проучвания (2018) сред мениджърите на представителна извадка от МСП в Североизточния район за планиране (СИРП) показват, че 61% от анкетирания мениджъри не познават компетентностният подход като иновативен инструмент за управление на човешкия капитал и конкурентоспособността на организацията. Изследването разкрива и други тенденции и предизвикателства и резултатите от него ще бъдат анализирани и публикувани. Нещо повече, компетентностният подход е възникнал като отговор на потребността за ликвидиране на несъответствията между подготовката на кандидатите и потребностите на бизнеса от квалифицирани специалисти. През последните две години както в България, така и в останалите страни членки на ЕС се наблюдава неблагоприятна тенденция на задълбочаване на това несъответствие, наречено „несъответствие в уменията“ или „криза с уменията“ (Skills Mismatches). Изследвания на Cedefop, ОИРС и ИПИ в периода 2017-2018 г., показват, че значимостта на проблема за европейската икономика е толкова голям, че 39,8% от работещите считат, че тяхната подготовка и умения са много по-високи от необходимото и само 5,4% считат, че подготовката им е по-ниска от изискванията. Cedefop уточнява, че „дори и да приемем, че част от работещите имат нереалистични възприятия за своите умения или подценяват изискванията на работното място, този относителен дял е достатъчно висок, а последиците от него достатъчно значими, за да бъдат игнорирани“⁵². В свое специализирано изследване ИПИ идентифицира следните направления на негативните ефекти от Skills Mismatches⁵³: 1) спад в общата производителност и намаляване на конкурентоспособността на компаниите; 2) ограничен капацитет за въвеждане на иновации; 3) траен недостиг на труд, чийто характер (предимно качествен или предимно количествен) е различен; 4) потискане на личната производителност, намаляване на кариерните перспективи, дохода и стандарта на живот на отделния работник. Според изчисленията на ИПИ, базирани на анализите на Cedefop, „несъответствието в уменията е коствало на европейската икономика 2,14% от брутната добавена стойност, което се равнява на 80 евроцента за всеки отработен човекочас“⁵⁴. Така в състояние на „почти пълна заетост“, европейските трудови пазари се сблъскват с нов феномен, определен от експертите като „несъответствие“, което прераства в „криза с уменията“.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Компетентностният подход се развива бързо като ефективен иновативен инструмент за управление на човешкия капитал и повишаване на конкурентоспособността на организацията. Развитието на компетентностния подход в България следва основните тенденции на европейската политика за повишаване на качеството на образованието и жизнения стандарт. Независимо от безспорните резултати от неговата реализация и високата институционална подкрепа, компетентностният подход в България все още е недостатъчно популярен в бизнесектора, особено в сегмента на малките и средни предприятия. През последните две години както в България, така и в останалите страни членки на ЕС се наблюдава нов феномен на несъответствие, наречено „несъответствие в уменията“ или „криза с уменията“ (Skills Mismatches). Необходимо е разгръщане на фронта на научните изследвания в научно-изследователските и

⁵² Cedefop, National Qualifications Framework Developments in European Countries: Analysis and Overview 2015-16. Luxembourg: Publications Office. Cedefop research paper; № 65p 2018

⁵³ Алексиев Я., Несъответствието в уменията като пречка за конкурентоспособността на европейските компании, ИПИ, 27.07.2018

⁵⁴ Алексиев Я., Несъответствието в уменията като пречка за конкурентоспособността на европейските компании, ИПИ, 27.07.2018

консултантски центрове за развитие на методологията, методиката, правно-нормативното регулиране и разширяване на практическото и приложение на компетентностните модели, което ще помогне на българските бизнесорганизации да повишат своята конкурентоспособност на отворените международни пазари.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Алексиев Я., Несъответствието в уменията като пречка за конкурентоспособността на европейските компании, ИПИ, 27.07.2018.
- [2] Байденко В.И., Болонский процес: результаты обучения и компетентный подход, М, ПИТЕР, 2009.
- [3] Вацов С., Предизвикателствата на компетентностния подход, International Science Conference “Economics and Society development of the Base of Knowledge”, 4-5 June 2009, Volume 2, Stara Zagora, Bulgaria, 2009.
- [4] Ветохин С., О. Граблевский, Болонский процес как путь модернизации системы высшего образования Беларуси, Минск, 2014.
- [5] Горылев И.А., Е.А.Пономарьова, В.А.Русаков, Методология TUNING: Компетентностный подход, Нижний Новгород, 2011.
- [6] Данев Б., *MyCompetence* – необходимост, резултати и предизвикателства, Обобщение на резултатите от проект „Разработване и внедряване на Информационна система за оценка на компетенциите на работната сила по браншове и региони, София, БСК, 1 юли 2015.
- [7] Димитрова Р., Разбиране и прилагане на компетентностния подход в обучението по финансов контрол, Известия на Икономически университет – Варна, том 60, № 2, 2016, с.209-210.
- [8] Зимняя И.А., Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании, М., 2004.
- [9] Коев Й. и колектив, Управление на човешките ресурси, Издателство „Наука и икономика“, Икономически университет – Варна, 2017.
- [10] Николова И., Приложенията на компетентностния подход в сектор Туризм”, сп. Икономически и социални алтернативи, бр.4, 2014.
- [11] Равен Д., Компетентность в современном обществе, перевод с английского, Когито-центр, М., 2002.
- [12] Тонкович И.Н., Компетентностный подход в высшем образовании: содержательно-логический анализ. Инновационные образовательные технологии, № 3, 2011.
- [13] Cedefop, National Qualifications Framework Developments in European Countries: Analysis and Overview 2015-16. Luxembourg: Publications Office. Cedefop research paper; № 65p 2018.
- [14] Delor J., Learning: The Treasure Within, Report to UNESCO of International Commission on Education for the Twenty-first Century, UNESCO Publishing, 1997.
- [15] Haug R., Trends in Learning Structures in Higher Education in Europe: Paper prepared for the Confederation of European Rectors conferences and the Association of European Universities, Aug. 1999.
- [16] McClelland D., Human Motivation, N.Y., McGraw-Hill, 1985.
- [17] Sandberg J., Understanding human competence at work: An interpretative approach. The Academy of Management Journal, 43(1).
- [18] Ford K., Competency-Based Education History, Opportunities and Challenges, Adelphi, 2014.

INNOVATIVE MANAGEMENT CONCEPT AS POSSIBILITY FOR DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA

Marija Magdincheva-Shopova

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

Nikola Dimitrov

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

Dushko Joseski

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

Riste Elenov

Faculty of Aggicultral Science and Food-Skopje, University University St.Cyril and Methodius,
Republic of Macedonia, risteelenov@agopin.com.mk

Aneta Stojanovska-Stefanova

Teaching Assistant, University Goce Delcev-Stip, Republic of Macedonia,
aneta.stojanovska@ugd.edu.mk

Abstract: The globalization changes that represent everydayness in modern work represent a challenge for every enterprise regardless of the size and type of activity it performs. Modern working conditions force companies to introduce an innovative management concept in operation. Innovative enterprises are characterized by the ability to maximize the utilization of new job opportunities, innovations, scientific discoveries, using modern technology in operation and a new approach to employees. In today's working conditions, companies in the field of tourism are facing the challenge of successful application of innovations and introduction of changes in operation as a prerequisite for growth and development. The aim of this paper is to examine the significance and influence of modern-innovative management for the development of enterprises in the field of tourism in the South-East region of the Republic of Macedonia, as well as the need to apply a modern methodological approach in creating the necessary management decisions. The conducted analysis of the environment and the conditions in which the tourism enterprises operate in the South-East region of the Republic of Macedonia confirm the fact that the application of innovative management is a real need for all enterprises including companies working in the field of tourism. Innovative management concept is an original solution that provides not only sustainability of enterprises, but also long-term stability and enterprise development. From a content point of view, the paper gives a theoretical overview of the relevant literature that deals with the field of innovative management, the current state of the enterprises work in the field of tourism, the presence of innovative management as well as the importance and importance of applying this modern concept. In this context, in the context of the labor, the questionnaire survey conducted a practical survey in order to perceive the real state of information and the representation of the innovative management by the managers of this type of enterprise. In the conclusion of the paper, on the basis of the obtained results, guidelines will be given and an appropriate business model will be adapted to the current processes in the enterprises and developments in the immediate environment.

Keywords: innovation management, innovation, enterprises, tourism, entrepreneur, competitiveness,

ИНОВАТИВЕН МЕНАЏМЕНТ КОНЦЕПТ КАКО МОЖНОСТ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Марија Магдинчева-Шопова

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

Никола Димитров

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

Душко Јошевски

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

Ристе Еленов

Факултет за земјоделски науки и храна-Скопје, Универзитет Св. Кирил и Методиј – Скопје, Република Македонија, risteelenov@agropin.com.mk

Анета Стојановска-Стефанова

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

Резиме: Глобализациските промени кои претставуваат секојдневност во современото работење претставуваат предизвик за секое претпријатие без разлика на големината и видот на дејност која ја извршува. Современите услови за работа ги принудуваат претпријатијата да воведат иновативен менаџмент концепт во работењето. Иновативните претпријатија се карактеризираат со способност за максимално искористување на новите можности за работа, воведување иновациите, научни откритија, користење на современа технологија во работењето и нов пристап кон вработените. Во денешни услови за работа, и претпријатијата од областа на туризмот се соочуваат со предизвикот на успешна примена на иновациите и воведување на промени во работењето како предуслов за раст и развој. Целта на овој труд е да го согледа значењето и влијанието на современиот-иновативен менаџмент за развојот на претпријатијата во областа на туризмот во Југоисточниот регион на Република Македонија, како и истакнување на потребата од примената на современ методолошки пристап во креирањето на потребните менаџмент одлуки. Извршената анализа на окружувањето и условите во кои работат претпријатијата од областа на туризмот во Југоисточниот регион на Република Македонија го потврдуваат фактот дека примената на иновативниот менаџмент претставува реална потреба за сите претпријатија вклучително и претпријатијата кои работат во областа на туризмот.

Иновативниот менаџмент концепт претставува оригинално решение кое обезбедува не само одржливост на претпријатијата туку и долгорочна стабилност и развој на претпријатијата. Од содржински аспект, во трудот даден е теоретски приказ на релевантната литература која ја третира областа на иновативниот менаџмент, актуелната состојба на подручјето на претпријатијата кои работат во областа на туризмот, застапеноста на иновативниот менаџмент како и значењето и важноста од примената на овој современ концепт. Во овој контекст, во рамки на трудот, преку методот на анкетен прашалник спроведено е практично истражување со цел да се согледа реалната состојба од информираноста и застапеноста на иновативниот менаџмент од страна на менаџерите на овој вид претпријатија. Во заклучокот на трудот а врз основа на добиените резултати ќе бидат дадени насоки и предложен соодветен бизнис модел прилагоден на тековните процеси во претпријатијата и случувањата во непосредното окружување.

Клучни зборови- иновативен менаџмент, иновативност, претпријатија, туризам, претприемач, конкурентност.

1. ВОВЕД

Поради фактот дека секторот на туризам во Република Македонија е единствена област која се карактеризира со континуиран раст во последните десет години, присутен е предизвикот пред менаџментот на овие претпријатие за задржување на овој тренд и во иднина. Според податоците за број на туристи, во 2017 та година бројот на туристи е зголемен за 16,6 % во однос на бројот на туристи од 2016 та година.⁵⁵ Концептот на иновативен менаџмент претставува еден од клучните елементи кои може да ја унапреди конкурентноста на претпријатијата. Современите услови за работа ги принудуваат претпријатијата да воведат иновативен менаџмент концепт во работењето. Иновативните претпријатија се карактеризираат со

⁵⁵ <http://www.stat.gov.mk>

способност за максимално искористување на новите можности за работа, воведување иновациите, научни откритија, користење на современа технологија во работењето и нов пристап кон вработените. Одржливиот раст и развој на претпријатијата од областа на туризмот во Република Македонија и подобрување на конкурентноста на туристичката понуда претставуваат цел на менаџментот на овие претпријатија. Основа на успешното работење на претпријатијата претставува стекнувањето на конкурентска предност преку поддржување на иновативна организациска култура и успешно управување со промените.⁵⁶ Иновативниот менаџмент претставува клучен фактор преку кој претпријатијата успешно се соочуваат со глобалните промени. Во современите услови за работа, менаџментот не претставува природен креативен процес ниту пак менаџерите се личности кои се однапред предодредени. Иновативниот менаџмент концепт претставува оригинално решение кое обезбедува не само одржливост на претпријатијата туку и долгорочна стабилност и развој на претпријатијата во областа на туризмот.

2. ИНОВАТИВЕН МЕНАЏМЕНТ - ДЕФИНИРАЊЕ И КАРАКТЕРИСТИКИ

Во стручната литература во која предмет на анализа е менаџментот или конкретно иновативниот менаџмент се среќаваат голем број на објаснувања за тоа што претставува иновативниот менаџмент или менаџмент на иновациите. Заедничка карактеристика на сите објаснувања е тоа што иновативниот менаџмент или менаџмент на иновациите претставуваат основа за конкурентна економија или основен предуслов за постигнување на конкурентска предност во работењето. Иновативниот менаџмент се однесува на сите видови и облици на иновации и иновативни процеси. Новите технолошки процеси го принудуваат менаџментот на претпријатијата да создава услови за воведување на иновации во работењето. Секое претпријатие мора да биде подготвено постојано да го следи динамичниот тренд на промени. Основа на успешното работење на претпријатијата претставува стекнувањето на конкурентска предност преку поддржување на иновативна организациска култура и успешно управување со промените. Иновативниот деловен амбиент и добриот менаџмент за управување со промените претставуваат клучни фактори со кои претпријатијата ја трансформираат неизвесноста во извесност.⁵⁷ Основата на иновативниот менаџмент се состои во способноста на претпријатието да иновира односно препознае можност за реализирање на иновациите, без разлика на тоа за како в вид на иновација станува збор. На почеток се сметало дека иновацијата е поврзана со промените во технологијата и во основа се сведува на технолошка иновација. Овој пристап е доминантен и денес бидејќи технолошката иновација претставува основа на технолошкиот напредок, што го определува растот на продуктивноста, технолошкиот и економскиот развој. Технолошките иновации може да бидат следени со дододни промени во управувањето со претпријатието и често се нарекуваат иновации.⁵⁸

Процесот на иновативен менаџмент се спроведува во рамките на вообичаениот начин на организација на работата, без разлика на големината на претпријатието, дејноста што ја извршува, и овој процес не се однесува само на создавање на нови бизниси, нови вложувања, туку се однесува и на развој на нови производи, услуги, технологии, нови менаџмент стратегии со цел постигнување на конкурентска предност како резултат на иновативни активности. Кога претпријатието постигнува конкурентска предност значи дека реализира некои оригинални активности, дека поседува нешто што другите претпријатија го немаат или што не можат да го создадат во иднина.

3. УЛОГАТА НА МЕНАЏЕРИТЕ ВО ИМПЛЕМЕНТИРАЊЕ НА ИНОВАТИВЕН МЕНАЏМЕНТ

Основа за примена на концептот на иновативниот менаџмент во претпријатијата претставува имплементирањето на соодветна организациска структура која поттикнува иновативно однесување,

⁵⁶ Dimitrov, N., Magdinceva Sopova, M., Josheski, D. *Role of the modern entrepreneurship in the development of the health tourism in Republic of Macedonia*. International Journal of Business and Management Invention (IJBMI), 5 (10). pp. 102-106. ISSN 2319-8028, (Print): 2319-801X, 2016.

⁵⁷ Postolov, K., Josimovski, S., Pulevska-Ivanovska, L., Magdinceva Sopova, M., Janeska-Ilieva, A. *Managing with organizational environments - strategy of e-business*. Economic Development, 16 (3). pp. 103-122. ISSN 1409-7893, 2014.

⁵⁸ Trott, P. *Innovation Management and New Product Development*. London: Prentice Hall, 2005.

насоченост кон иновации или инвенции и флексибилност кон промените и барањата на пазарот. Иновативниот менаџмент претставува нова менаџмент филозофија која промовира флексибилност и континуирана креативност од страна на менаџерите. Креативноста резултира во препознавање на можностите и континуирано решавање на проблемите. Од друга страна пак решавањето на секојдневните проблеми зависи од способноста која ја поседуваат менаџерите за генерирање на нови, оригинални идеи и познавањето на различните методи и техники за генерирања на идеите. Методите и техниките за генерирање на идеите се делат на: оперативни техники, аналитички техники, техники на слободна асоцијација и техники на идентификување на врски.⁵⁹

Спроведувањето на процесот на иновациски менаџмент зависи од способноста на менаџерите за трансформација на идеите во реален производ, услуга или настан. Од друга страна пак, способноста за брза трансформација на идеите во реалност зависи од желбата и мотивираноста на менаџерите за напорна работа како и примената на интелектуалната способност и знаење. Способноста за создавање на нешто ново не може да ја поседува секој менаџер, туку само оние кои имаат знаење и способност да ги спроведат новите идеи и начини на работа.⁶⁰

Иновативните менаџери ги поврзуваат индивидуалното знаење и искуството, знаењето и искуството на вработените со стратегијата и планираните иновации. Претпријатијата постигнуваат конкурентска предност како резултат на вредностите на менаџментот на претпријатието и подготвеноста на претпријатието да понуди оригинални и конкурентни производи на пазарот. Успехот во конкурентското окружување зависи од тоа како менаџерите успеваат да го спроведат иновативниот процес и како управуваат со факторите кои влијаат на успешното управување со иновациониот процес. Квантифицирањето, евалуацијата и споредувањето на клучните перформанси (бенчмаркинг) преку иновативни натпревари во праксата претставува важен и комплексен фактор за многу современи претпријатија.⁶¹ Голем предизвик за сите менаџери претставува начинот на мерење на сложените појави кои влијаат на капацитетот и способноста на претпријатието да иновира.

4. МЕТОДОЛОГИЈА И РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО

Со цел да се согледа и утврди дали во претпријатијата во Република Македонија е застапен концептот на иновативен менаџмент спроведено е практично истражување. Исто така цел на истражувањето беше и согледувањето на реалната состојба од аспект на информираноста и застапеноста на иновативниот менаџмент од страна на менаџерите на претпријатијата кои беа предмет на истражувањето. Анкетниот прашалник се состоеше од 5 прашања од чии што одговори се согледува суштината на иновативниот менаџмент, како што се креативноста, иновативноста, флексибилноста и генерирањето на нови идеи. Во истражувањето беа вклучени 86 менаџери на претпријатијата од областа на туризмот кои работат на подрачјето на Југоисточниот регион во Република Македонија. При тоа од испитаните менаџери, 55 покажаа интерес за истражувањето и одговорија на поставените прашања. Истражувањето се спроведе во периодот од 01.06.2017г. до 31.12.2017 година.

Според дескриптивната статистика и вкупниот број на опсервации добиени на секое прашање, се констатира дека на првото прашање - Дали сте информирани за концептот на иновативен менаџмент?, 43 испитани менаџери одговорија дека не се информирани за овој современ концепт а 12 менаџери одговорија дека се информирани.

На второто прашање – Дали го практикувате концептот на иновативен менаџмент во работењето?, поголемиот број од испитаниците или 41 одговорија дека не го применуваат овој концепт поради неинформираност а 14 менаџери одговорија дека во донесувањето на одлуките го применуваат овој концепт. На третото прашање – Дали имате потреба од едукација со цел стекнување на знаења за примена на концептот на иновативен менаџмент во работењето?, 45 менаџери на испитани претпријатија одговорија

⁵⁹ Hebert G.Hicks, C.Ray Guillet,(1981), Management, 4th Edition, McGraw Hill Book Company, pp.145-168

⁶⁰ Postolov, K., Josimovski, S., Pulevska-Ivanovska, L., Magdinceva Sopova, M., Janeska-Ilieva, A. [*Managing with organizational environments - strategy of e-business.*](#) Economic Development, 16 (3). pp. 103-122. ISSN 1409-7893, 2014.

⁶¹ Бушалтиќ, С. и др. Иновације у здравственим институцијама Федерације Босне и Херцегвине, Економски изазови, Год.6, Бр.12., стр.120, 2017.

дека имаат потреба од едукација со цел унапредување на нивното знаење а 10 менаџери одговорија дека немаат потреба од дополнителна едукација.

На прашањето - Дали сметате дека иновативниот менаџмент пристап може да ја зголеми конкурентноста во работењето ?, 40 менаџери сметаат дека овој концепт може да ги направи конкурентни претпријатијата а 15 менаџери сметаат дека иновативниот менаџмент не придонесува за унапредување на конкурентноста во работењето .

На петтото прашање - Дали како менаџмент ги следите новите трендови во областа на туризмот ?, 27 менаџери одговорија дека постојано ги следат новите трендови во секторот туризам а 28 менаџери одговорија дека повремено ги следат новите трендови .

5. ЗАКЛУЧОК

Динамичниот тренд на промени во окружувањето предизвикува промени во начинот на организација на работата и ја наметнува потребата од примена на концептот на иновативен менаџмент. Иновативниот менаџмент претставува клучен фактор преку кој претпријатијата успешно се соочуваат со глобалните промени. Иновативниот менаџмент концепт претставува оригинално решение кое обезбедува не само одржливост на претпријатијата туку и долгорочна стабилност и развој на претпријатијата во областа на туризмот. Иновативните менаџери ги предвидуваат идните случувања и затоа воведуваат промени во претприемничката ориентација на претпријатието. Традиционалниот менаџмент концепт се заменува со современ иновативен менаџмент модел на донесување одлуки. Извршената анализа на окружувањето и условите во кои работат претпријатијата од областа на туризмот во Југоисточниот регион на Република Македонија го потврдуваат фактот дека примената на иновативниот менаџмент претставува реална потреба за сите претпријатија вклучително и претпријатијата кои работат во областа на туризмот. Врз основа на добиените резултати од спроведеното истражување може да се констатира дека менаџерите на претпријатијата вклучени во истражувањето не се доволно информирани за концептот на иновативен менаџмент и не го применуваат адекватно. Добиените резултати ја потврдуваат поставената хипотеза дека менаџерите имаат потреба од дополнителна едукација со цел унапредување на знаењето и подобрување на конкурентноста на претпријатијата од областа на туризмот.

Резултатите од спроведеното истражување за застапеноста на иновативниот менаџмент упатуваат на тоа дека е потребно да се воведат промени во организациските услови за поддржување на иновативниот пристап во работењето што ќе овозможи подобрување на конкурентската позиција на овој тип претпријатија. Примената на иновативниот менаџмент концепт кај претпријатијата од областа на туризмот може да придонесе за унапредување на туристичката понуда, хармонизација на меѓусебните односи помеѓу сите субјекти и пријатна на иновативни начини за туристичка промоција.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Adams, R., Bessant, J., Phelps, R. Innovation management measurement: A review, *International Journal of Management Reviews*, 8 (1), str. 21-47, 2005.
- [2] Бушалтиќ, С. и др. Иновације у здравственим институцијама Федерације Босне и Херцеговине, Економски изазови, Год.6, Бр.12., стр.120, 2017.
- [3] Bulut, C., Yilmaz, C. Innovative performance impacts of corporate entrepreneurship: an empirical research in Turkey. *Proceedings of Academy of Innovation and Entrepreneurship Conference*, Beijing, China, pp. 414-417, 2008.
- [4] Borrás, S. Innovation Policy of the European Union: From Government to Governance. Northampton: Edward Elgar Publishing, Inc, 2003.
- [5] Garcia, R., Calantone, R. A critical look at technical innovation typology and innovativeness terminology: a literature review, *The Journal of Product Innovation Management*, 19 (2), str. 110-132, 2002.
- [6] Dimitrov, N., Magdinceva Sopova, M., Josheski, D. [*Role of the modern entrepreneurship in the development of the health tourism in Republic of Macedonia*](#). *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 5 (10). pp. 102-106. ISSN 2319-8028, (Print): 2319-801X, 2016.
- [7] Drucker, P. Управување во новото општество “, Адџес, Нови Сад, 2005, стр.82, 2005.
- [8] Hebert, G..H., Ray, G.. Management, 4th Edition, McGraw Hill Book Company, pp.145-168, 1981.

- [9] Postolov, K., Josimovski, S., Pulevska-Ivanovska, L., Magdinceva Sopova, M., Janeska-Ilieva, A. *Managing with organizational environments - strategy of e-business*. Economic Development, 16 (3). pp. 103-122. ISSN 1409-7893, 2014.
- [10] Prester, J. Menadžment Inovacija. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o.,2010.
- [11] Saren, M. Determinants, Processes and Strategies of Technological Innovation: Towards an Interactive Paradigm. Chicester: John Wiley & Sons, 1992.
- [12] Stošić, B. Menadžment Inovacija. Beograd: Fakultet Organizacionih Nauka Beograd, 2007.
- [13] Trott, P. Innovation Management and New Product Development. London: Prentice Hall, 2005.

TOURISM IN KOSOVO AS AN OPPORTUNITY FOR ECONOMIC AND ENVIRONMENT DEVELOPMENT

Mustafë Kadriaj

International University of Struga, Faculty of Economic Sciences, mustafkadriaj@live.com

Vehbi Ramaj

Haxhi Zeka University in Peja, Faculty of Economic, vehbi.ramaj@unhz.eu

Abstract: Tourism and touristic offers have a global reach and are quite competitive. Given the current development throughout the world of tourism and its impact on the economy of a country, the total income that a country generates in this industry, contributing this way to GDP, among the countries that can benefit from tourism is Kosovo. Tourist product is a package with several elements, whereas the most important elements are: attractions, entertainment services, accommodation, food, travel, transportation and infrastructure development related to them. While the conditions that influence the development of tourism are: the current political situation and political stability, as well as marketing. Although with a touristic passage, Kosovo has not developed such a service because of an economic stagnation in the 1990s, including the last war, where as any other sector tourism was damaged and left out. Once the war ended, Kosovo with all the problems followed, such as administrative and economic, started to rehabilitate itself in the tourism sector as well. Today, we have a sufficient number of tour operators who offer national and international tourists solid offers for tourism.

Given that the economy is the law of the environment, and given that nature cannot continually provide us with prosperity, it is incumbent on every person to work and preserve to ensure their existence, while maintaining nature. Therefore, we as human beings have to know how to administer and work with nature which is limited as a whole as opposed to human requirements. Kosovo began its economic transition after a war that left consequences on people and the economy, so the transition to the market economy had its own challenges where even after two decades. Despite the efforts, Kosovo still does not fully function as a market economy. By integrating into the bigger countryside called Globalization, in order to be competitive with the regional economies and beyond, we must have comparative advantage to be competitive as a country at an international level. In all international and local reports and studies, Kosovo's advantages are continuously provided to the underground, tourism, with particular emphasis on mountain and cultural tourism, as well as the new population as a workforce. The functioning of the contemporary economy, besides being competitive and productive both at the micro and macroeconomic level, besides economic development, we must take care of the environment around us. It is a priority for the Kosovo economy and the life of the citizens to develop tourism based on the beautiful nature, cultural monuments, traditional and unique food for foreign tourists. Through scientific data, reports and professional studies, I will provide solid knowledge for scientific intersections, tourists and businesses in the field of tourism.

Keywords: Kosovo, tourism, comparative background, economic development and the environment.

1. INTRODUCTION

Three centuries ago, economists were ecologists, even though this concept itself was not yet born. "Physical Economists" is a notion that first of all meant "power of nature" or "governance by nature". They claimed that every fortune had its source in agriculture.⁶² There are over 100 definitions of sustainable development, but the most knowledgeable and the most classic is that of the World Commission on Environment and Development, otherwise known as the Brundtland Report. According to this definition, "Sustainable development is development that meets the needs of the present without jeopardizing the prospects of future generations to meet their needs."⁶³ The application of economic concepts, theories, and methods of fundamentally related issues related to tourism characteristics that differ from other accommodation and the essential elements of economic analysis as discipline.⁶⁴ According to Barbareso, the word "tourism" appears for the first time in the 19th century, while the activity that implies this word has its roots much earlier, in ancient times. The tourism phenomenon was related to leisure time

⁶² GURI, GURI, GURI, 2015, p. 47

⁶³ GURI, GURI, GURI, 2015, p. 66

⁶⁴ KADIU, 2013, p. 11

and activities that could be done within it. The first massive movements created the need to organize the journey, which required client information, to concretize all the travel variables in a single, as well as billing it. Thomas Cook was the one who invented "group travel" at affordable prices mainly referring to middle income households.⁶⁵ The term touristic means: 1. related to tourism with tourists, for tourists, tourist trips. 2. that draws with the beauties of nature, with the rare things, etc., which is for tourists: a tourist town; tourist places.⁶⁶ Tourism - preparation of appropriate facilities for tourism development of several types.⁶⁷ Tourism - economic and trade organizations and carrying out actions for realizing holidays or visits to places of interest.⁶⁸ Alternative tourism can lead to a better distribution of employment by completely changing the labor market situation in rural areas.⁶⁹ The main roles of tourism are economic and social, which are adequately documented and analyzed in tourist literature. The economic role is primarily concerned with tourism businessmen, tourism workers, public and private tour operators, and secondly concerned with the cost of holidays and tourists. The social role of tourism is of interest to all classes of society and it is the role that in theory and practice is not questioned and denied by anyone. Everyone seek to strengthen the role of tourism.⁷⁰

2. TOURISM DEVELOPMENT FACTORS

Tourism as an activity appears only when a certain level of socio-economic development of a country is achieved. It is reached and developed when such conditions are created that people temporarily leave their permanent home and temporarily move to temporary residence to rest, entertain or other tourist motives.

The birth and development of tourism is the result of certain factors, which further promote and enable this development. The circumstances that enabled the birth and development of tourism are considered factors of tourism development and are of different nature. A group of tourism factors influence tourism flows, while others make it possible to increase the volume of tourist traffic, while the other group of factors contribute to the formation of new types of tourist movement.

All of these factors can be grouped into three groups:

- Promotional factors or factor of tourist demand,
- Host factors or factors of tourism offer and
- Intermediary factors

This division is made in order to distinguish factors influencing people to become tourists by factors that enable mobility and tourist attitudes. Demand-inducing factors - represent that group of factors that influence the creation of conditions for the emergence of tourist needs. Demand-inducing factors appear in permanent residences of tourists and strongly affect the influx of tourists. Taken from the market aspect these are factors that form the tourist demand.

Bidding factors - since bidding and tourist requirements are two sides of the tourist market, which act in terms of balancing the market. Bidding factors act in such a way as to attract as many people as possible in tourist regions by providing tourist transport by providing a good accommodation and pleasant holidays. These factors directly create the conditions for people to travel for tourist purposes. Tourist supply factors are divided into two large groups:

- Attractive factors;
- Admission factors

Intermediary factors - the third group of factors that have a strong impact on tourism development are the mediating factors. These factors act both in the incentive factors of demand as well as in supply factors and at the same time link these two groups of tourism development factors because they have a mediating role. The intervention of mediating factors in demand and tourism offer, these factors have more functional significance. This group of factors includes:

- Tourist agencies;
- Tourist transport;

⁶⁵ Polo, Karagianis, Nano, 2015, pp. 79,80

⁶⁶ SAMARA, HAXHILLAZI, SHEHU, FEKA, MEMISHA, GOGA, 2006, p. 1116

⁶⁷ BËRXHOLI, 2008, p. 126

⁶⁸ BËRXHOLI, 2008, p. 127

⁶⁹ Polo, Karagianis, Nano, 2015, pp. 80,81

⁷⁰ Polo, Karagianis, Nano, 2015, p. 82

- Tourist policy;

Tourist agencies - only deal with touristic activities and represent clean tourist enterprises.

Tourist transport - tourist requirements cannot be realized if there is no transport. Tourist transport is an important factor of the mediating factors which represents the basis for tourist movement and plays a primary role in the development of tourism. Development and promotion of tourism is closely related to transport.

Tourist policy - is a very important factor of mediating factors which affects all sectors of the tourist industry. By the term tourist policy is understood the entire activity of the competent bodies of a country aimed at the realization of the purpose for the development of tourism.⁷¹

3. A GENERAL TOURISM PROFILE IN KOSOVO

Economy and the environment - are inextricably intertwined. For example, economic development is one of the primary reasons for climate change, but it can also solve this problem. Similarly, the economy study is in charge of global warming research and so are economic tools - such as taxes and guidelines - which are likely to encourage people to not pollute the environment in the future.⁷² Tourism is one of the world's most important activities, involving millions of people, a huge game of money and generating employment in developing and industrialized countries. The tourism economy introduces new meanings to demand, tourism firms and markets, their global connections and the essential contribution of environmental tourism activities, to provide an analysis of the various influencing areas of tourism and its economic effects.⁷³ Kosovo has great potential in the development of this sector, despite direct competition with other Balkan countries. Kosovo's specialty in this regard is cultural heritage, mountains, all of these as a separate tourist package.⁷⁴ The main destinations of tourists in the state of Kosovo are: the city of Prizren, Rugova Gorge, Mirusha Waterfall, Brezovica Ski Center, Sharr Mountains, Bjeshkët e Nemura.⁷⁵ Kosovo's climatic features are determined by its geographical position, from the distance from the Adriatic and from the relief. The highest temperatures during the various summer days reach 37 ° C, while the lowest temperatures in winter fall to -26 ° C. So the temperature differences between summer and winter are great. In Kosovo there are 30 tropical days when the air temperatures go up to 30 ° C. The number of cold, when the temperatures are negative is about 25, and the number of so-called days of frost, when the temperatures go down zero, but throughout the year have no negative values, on average, between 90 and 95 days per year.⁷⁶ In general, the climate in Kosovo's territory is diverse, with moderate humidity, medium temperature, considerable sunlight, no stormy hours, and favorable for different forms of human activity:

for catering, tourism, etc.⁷⁷ Roads to confront the ecological threat are not just technical, they require a reform of our thinking in order to capture the complexity of the relationship between humanity and nature, and to conceptualize civilization reforms, society reforms and life reforms.⁷⁸ Consumers and businessmen have two ways to reduce the economic activity that harms the environment.

One is the "stick" of economic sanctions and the other is the "carrot" of economic initiatives. Economic sanctions are often the most effective way to change policies that harm the environment. When a company is forced to pay for the damage caused by the pollution it created, it will give more thought to the environment before deciding to discharge the waste into the water and the atmosphere. From a review of environmental issues to a global perspective, it is clear that environmental protection is not a good thing purely for human health but will provide the world with a sustainable economic growth in the coming years.⁷⁹ Tourism is of great importance in the economic and cultural development of a country. But its development has a negative impact on the environment and especially

71

(<http://www.iadk.org/ArkivaeLajmeve/tabid/77/articleType/ArticleView/articleId/522/categoryId/70/language/sq-AL/FAKTORET-E-ZHVILLIMIT-TE-TURIZMIT.aspx>, n.d.)

⁷² Conway, 2015, p. 182

⁷³ KADIU, 2013, p. 15

⁷⁴ Gashi, Avdiu, 2016, p. 111

⁷⁵ Gashi, Avdiu, 2016, p. 114

⁷⁶ BLAKU, 2005, p. 36

⁷⁷ BLAKU, 2005, p. 38

⁷⁸ Morin, 2016, pp. 99,100

⁷⁹ EPPING, 2007, pp. 205,206,207

on natural ecosystems as a result of uncontrolled dumping of waste, damage to natural resources and biodiversity. In order to reduce this impact, in addition to the economic aspect, tourism should pay attention to the protection of the environment, so an advanced form of tourism today is recognized as ecotourism or sustainable tourism. Kosovo still has no strategy for tourism development. Therefore, the main legal act governing the tourism sector is the Law on Tourism (Law No. 04 / L-176). The law aims to establish principles and rules for the development and promotion of tourism as well as the establishment and development of standards of tourist services. The main principles of the law are the protection of the environment and cultural heritage. If we analyze the number of foreign tourists in Kosovo and the nights of stay between 2008 and 2014, we will notice that there is a progressive increase in the number of tourists as well as the nights of stay. In 2014, according to the Kosovo Agency of Statistics, about 61 thousand and 300 foreign tourists were registered with about 102 thousand nights of stay, marking an increase of around 10 thousand tourists and about 20 thousand night stays. Increasing the number of tourists and nights of stay is noticed even with regard to local visitors. Compared to 2013, in 2014, according to the Kosovo Agency of Statistics, there are about 1000 more tourists registered and about 800 more nights of stay.⁸⁰

4. TOURISM ANALYSIS IN KOSOVO

With some small variations, until the 1970s in many European countries there was little economic analysis of tourism. Also, many researches tended to be described in a way that certain goals and tenets functioned in an inadequate way.⁸¹ (KADIU, 2013, p. 16). The tourism analysis provides us with an opportunity to apply concepts and economic theories using conventional, and alternative methodological frameworks. In this sense, tourism is a tool used to assess the appropriateness of schools of thought, in this discipline and in testing the strength of economic concepts and methods. On the other hand, economic analysis can contribute to a wider understanding of tourism for a long time, as has been shown by those who have worked long in this field, and a number of aspects of the subject from a weak theoretical framework flowing by the lack of proper research.

According to the Kosovo Agency of Statistics, in the third quarter of 2017 (TM3 2017), 137 hotels that conduct hotel activities in the territory of Kosovo were part of the survey. Most of the hotels are located in the region of Prishtina, Peja, Ferizaj, etc. According to the survey, the capacity utilized at the country level is 12.71%. In TM3 2017, the number of visitors was 34,625 visitors, of which 28.12% were local visitors and 71.88% were foreign visitors. Meanwhile, the number of nights spent in TM3 2017 was 56 816 nights, of which 22.84% were hosts and 77.16% were foreigners. The largest number of visitors and their stay are in Pristina region with 18 742 visitors and 28 524 nights stay. The largest number of foreign visitors is concentrated in Pristina, Peja and so on. Whereas, as far as foreign visitors are concerned, the largest number was from Germany, Albania, Switzerland and so on. (<http://ask.rks-gov.net/sq/agjencia-e-statistikave-te-kosoves/add-news/statistikat-e-hotelerise-tm3-2017>, 2017). The number of visitors (local and external) and their nights, for the periods TM1 2008 - TM3 2017. In the TM 3 2017 the number of visitors is 34,625 visitors, 28.12% are the local visitor, and 71.88% are the external visitor while the number HOMES in TM 3 2017 is 56 816 hospitals, 22.84% of hospitals are from locals and 77.16% are foreigners.

Table 3: Number of tourists (local and international) and their stay during 2008-2016

Period	Number of visitors		Satying Nights	
	Local	Outside	Local	Outside
2008	19.678	24.626	22.602	46.91
2009	52.631	36.318	54.876	76.042
2010	44.662	34.382	45.123	76.394
2011	42.662	34.382	45.123	76.394
2012	42.044	30.349	44.757	65.584
2013	49.973	48.79	52.008	90.968
2014	46.477	61.313	55.274	102.066
2015	60.477	79.238	81.372	120.669
2016	45.579	83.71	62.211	131.785

The table shows the number of domestic and foreign visitors as well as the stay nights for both domestic and foreign visitors during 2008-2016. In 2016, the number of local visitors decreased by 24.29% compared to 2015, while the visitors' visitor nights decreased by 23.55%. There is an increase of 5.64% for external visitors, while foreign guests stay for 9.21% compared to 2015.⁸²

Source: ASK- Seria 3: Economic Statistics, Hotel Statistics TM3 - 2017, pg 7

⁸⁰ (https://www.ammk-rks.net/repository/docs/Final_shqipja.pdf, 2015, pp. 50,51)

⁸¹ KADIU, 2013, p. 13

⁸² (<http://ask.rks-gov.net/media/3718/statistikat-e-hotelerise-tm3-2017.pdf>, 2017, p. 7)

5. TOURISM AS A POTENTIAL FOR ECONOMIC DEVELOPMENT IN KOSOVO

Kosovo should promote sustainable tourism as a means of economic development and aspire to join the World Tourism Organization that would help Kosovo raise standards and raise Kosovo's image in the world. One of the first priorities will be the functionalization of the Tourism Department. Kosovo is currently the world's most widely recognized gastronomy and culture and heritage. Tourism as an economic sector needs much greater support than it has been to date. According to statistics, Kosovo had about 200,000 visitors last year; a low figure compared with the countries of the region. Albania, for example, had about 3.8 million tourists during the same period.⁸³ Kosovo has great potential for tourism development as well; summer walking and mountain tours, winter sports, culture, rural experiences, health and cure services, excursions and recreations, mountaineering, exploration, hunting and fishing, tourism for conferences and transports. Ecotourism and agro-tourism also pose great potential for Kosovo. These are some of the natural and cultural attractions from which entrepreneurs can benefit by developing their tourism initiatives:

- Natural attractions such as the Rugova Gorge, the "White Drin Source with Waterfalls and Cave of Radavc Village", Gadime Cave, Mirusha Park and Cannon, National Park "Bjeshkët e Nemuna", Park of Dragash, Sharri Mountains, Parks of Decani, Ravani Park, "Istog spring", Lake Radoniq and many others, Health and rehabilitation complexes such as "Banja e Pejës" with the most quality thermal water source in Kosovo, Holiday and Sport Center, as is the Brezovica Park and the Ski Center;
- Cultural monuments such as old markets, traditional houses (towers, eg "The Tower of Haxhi Zeka"), mosques and churches, public baths (hamams - eg "Hamam of Haxhi Beut"), old bridges made of stone and old mills, especially in Peja, Gjakova, Deçan and Junik, the archaeological finds of the Illyrian and Roman eras in Siparunt, Dresnik, Rakosh, ethnographic regional museums in Peja and Gjakova, traditional costumes, handicrafts, ornaments, handicrafts, wood carving, metal and teraco pieces, porcelain, traditional stone and wood processing and traditional building, cultural heritage such as music, folklore, cultural festivals, Rugova's traditional games, etc.

As a single destination, Kosovo will surely have difficulties into promoting and developing tourism. Experience has shown that for states that have similar conditions as Kosovo, cooperation with regional tourism initiatives and participation in wider packages of tourist services would be the best strategy. This does not mean that Kosovo should only promote the integration of tourism into regional structures. This also implies that individual entrepreneurs or groups of operators should aim to integrate their services and products into the regional network. Kosovo would fit well into a regional tourist network that could cover the Western Balkans or southeastern Europe. As reported by UNDP through the sector profile, most tourists currently come from Albania, Slovenia, Croatia, Germany, the United States, Turkey and other EU countries. Operators and touristic agencies should focus their efforts on a three-tier strategy: i) to take full advantage of regional opportunities by targeting aggressively the neighbors' markets with packages and bids tailored to their needs and their preferences; ii) to integrate services with regional operators and transport companies into their networks and their clientele by attracting tourists to 'expanded walks' in Kosovo; and iii) the use of Kosovo's large diaspora to reach more prosperous tourist market segments, especially in the EU and the US.⁸⁴

6. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

Based on professional literature, various local and international reports, Kosovo has a natural and cultural-historical potential to become a destination for foreign tourists. To foster tourists' interest, Kosovo has to do much to create economic tourism with an emphasis on tourism specifically, and through the marketing of natural and cultural beauties, in order to become a competitive regional level for tourism in the four seasons. As tourism is a luxury service, Kosovo must take measures in line with the contemporary tourism market to step up with time by focusing on concrete steps such as:

- Internal political stabilization and security, in order to secure tourists during holidays in Kosovo,

⁸³ (<http://www.ekonomiaonline.com/ekonomi/turizem/mti-turizmi-sektori-me-potenciali-per-zhvillim-ekonomik/>)

⁸⁴ (<http://www.ks.undp.org/content/dam/kosovo/docs/AFT/Tregjet%20Potenciale%20per%20Eksport.pdf?download..>, 2015)

- Promotion of Kosovo attractions by relevant institutions, as well as marketing by businesses that take part in tourist activities and the organization of fairs of regional character and wider; as well as through Kosovo embassies in states where they are accredited,
- Increasing the quality of services and increasing the tourist package at competitive prices,
- Research comparative approaches at regional and wider level through natural and cultural assets.
- Development of tourism by protecting the natural ecosystem through the prevention of wild construction in protected areas by law.

REFERENCES

- [1] BËRXHOLI, A. (2008). *DORACAK I TERMAVE TË GJEOGRAFISË*. Tiranë: SH.B EUGEN.
- [2] BLAKU, R. (2005). *EKONOMIA E RESURSEVE*. PRISHTINË: UNIVERSITETI I PRISHTINËS, FAKULTETI EKONOMIK.
- [3] Conway, E. (2015). *50 Ide Ekonomike, Që duhet t'i dijë çdo njeri*. Tiranë: SH.B PLEJAD.
- [4] EPPING, R. C. (2007). *NJË GUIDË E EKONOMISË BOTËRORE*. Tiranë.
- [5] Gashi, Avdiu, R. (2016, March 5). Ndikimi i menaxhimit strategjik në përmirsimin e turizmit në Kosovë. *Conference proceedings 3-d ICIS, International Conference on: "Interdisciplinary Studies"*.
- [6] GURI, GURI, GURI, M. (2015). *MENAXHIMI EKONOMIK MJEDISOR I NDERMARRJEVE, Njohuri Themelore të Ekonomisë Mjedisore*. Tiranë.
- [7] (2017). <http://ask.rks-gov.net/media/3718/statistikat-e-hotelerise-tm3-2017.pdf>. Prishtinë: Agjencia e Statistikave të Kosovës .
- [8] (2017). <http://ask.rks-gov.net/sq/agjencia-e-statistikave-te-kosoves/add-news/statistikat-e-hotelerise-tm3-2017>. Prishtinë: Agjencia e Statistikave të Kosovës (ASK).
- [9] <http://www.ekonomiaonline.com/ekonomi/turizem/mti-turizmi-sektori-me-potenciali-per-zhvillim-ekonomik/>. (n.d.).
- [10] <http://www.iadk.org/ArkivaeLajmeve/tabid/77/articleType/ArticleView/articleId/522/categoryId/70/language/sq-AL/FAKTORET-E-ZHVILLIMIT-TE-TURIZMIT.aspx>. (n.d.).
- [11] (2015). <http://www.ks.undp.org/content/dam/kosovo/docs/AFT/Tregjet%20Potenciale%20per%20Eksport.pdf?download>. Prishtinë: Ministria për Punë të Jashtme të Finlandës në kuadër të projektit Ndihmë Tregtisë & Programi i Kombeve të Bashkuara për Zhvillim (UNDP) Kosovë.
- [12] (2015). https://www.ammk-rks.net/repository/docs/Final_shqipja.pdf. Prishtinë: Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor.
- [13] KADIU, E. (2013). *EKONOMI TURIZMI*. Tiranë.
- [14] Morin, E. (2016). *Rruga për të ardhem e njerëzimit*. Tiranë.
- [15] Polo, Karagianis, Nano, A. (2015, June). Format e Turizmit dhe Ndikimi i Tyre në Zhvillimin e Ekonomisë së një Vendi. *Balkan Journal of Interdisciplinary Research*.
- [16] SAMARA, HAXHILLAZI, SHEHU, FEKA, MEMISHA, GOGA, M. (2006). *FJALOR I GJUHËS SHQIPE*. Tiranë: AKADEMIA E SHKENCAVE E SHQIPRIË, INSTITUTI I GJUHËSISË DHE I LETËRSISË.

THE POWER OF KNOWLEDGE AND LEARNING

Dragana Jovanović Kuprešanin

Faculty of Business Studies and Law, Belgrade, Serbia, dragana.kupresanin@hotmail.com,

Gabrijela Lilić

Faculty of Business Studies and Law, Belgrade, Serbia, gabilili.bagilili@gmail.com

Abstract: More or less, we are all aware that in today's society we can never be overeducated and we need continually to seek knowledge through Internet, books, seminars and many other forms or resources of learning. Seeking opportunities for learning and growth we will be better prepared to compete for new employment positions and we will certainly be more competitive on the labor market. In some jobs we need to educate our hands but in many more, we need to educate our mind. Good thing about learning is that when we learn something, it's ours forever. Each and every useful information give us power to satisfy our customers' needs and to get higher position in our company. Human Resource Management presents some kind of strategic approach. It deals with policies and certain established rules by higher management but it also plays very important role in staff organization. Teaching and training of employees are 'the must have' tools. Teachers and trainers engaged with Human Resource need special skills, they need to be very well trained and informed, also well educated and capable to cover many different subjects related to modern technology, business relations, communication skills, marketing, management and many more. Probably one of the most popular training program is involved with Neuro-Linguistic Programming, which includes wide range of skills like transferable and soft skills, rapport and assertiveness, it helps employees to set their goals related to their private life as well as their career path. Trainers and teachers of the future will need to focus more on skills and not tests. Leadership, organization, good presentation, writing and public speaking, team and time management conflict resolution, social media are also very important. In this survey we tried to research the need for lifelong learning between employees who are employed in different fields, from those in state companies and those employed with private sector to those who are entrepreneurs or self-employed. We asked them how often do they need some special training and do they only attend seminars and workshops or trainings organized by their company, or they are self-motivated for more knowledge related to their occupational fields and private life experience. We tried to explain terms such as NLP, transferable skills, soft skills, rapport, facial expressions and other similar things. Participants answered about the most frequent trainings that they attend and what are the benefits of it. Learning but also teaching for life is what we all need and what will make us to go further in reaching higher goals and prosperity. Moving forward we will be better employees and better persons to those in our environment, we will establish strong position in any field. So gain knowledge, read and learn a lot, attend seminars and trainings, attend new classes, get important certifications and increase the power of your knowledge forever.

Keywords: knowledge, learning, teaching, NLP transferable and soft skills

1. INTRODUCTION

Education is a process of learning and changing our minds. It goes in the desired direction by adopting various contents and it usually depends on the age and needs of the individual. By educating ourselves we expect to be more self-assured and self-content [1]. Our mind is a set of memory, language, perception, thinking, judgment which refers to our cognitive abilities. The process of learning new things can develop our minds as we wish and we are willing to learn. In today's society people are more or less aware of fact that if we are not prepared for long life learning we risk to be lost in modern age, where everything is in up-to-date process and each and every day that we lose by not learning, represents irreparable damage for us. Many employers nowadays will challenge you to develop your skills, grow and to be the best version of yourself.[2]. Human Resource is a complicated field. Many people may think it is simply about the management of people in an organization or different organizational environment and this somehow could be true but HR industry is also related to other complex fields such as accounting and payroll, learning and development, recruiting, labor and employees relations, staffing[3]. Neuro-Linguistic Programming(NLP)- Neuro is connected with neurology, linguistic refers to language, programming refers to how that language functions[4]. NLP is a modern way of thinking about ideas and people, it presents the way in which some people reach success and then they teach others these forms. Besides NLP, transferable skills are

also related to social and professional life. Employers look for a workforce that can demonstrate a good set of these skills. Most people change their career often and they transfer their skills from one job to another. Team work, leadership, listening, writing and communicative skills, personal motivation, organization and time management, research and analytical skills, personal development, skills related to information technology, all those skills and many more we can transfer from one job to another and make it better[5]. Soft Skills are skills which are connected with human's relationships or they are about how you approach life and the job you do. Through adopting soft skills, we learn how to acquire the **ability to work under pressure, skills related to team-work, self-motivation, problem solving, creativity, decision-making**[6]. All those skills and many more are all necessary for our lifelong learning and career advancement.

2. PURPOSE OF STUDY

Nowadays, employers are seeking for more qualified employees who are ready to develop their skills regularly and they are ready for a long life learning. Employees often need special trainings and they need to attend seminars and workshops organized by their company but they also attend many more instruction's courses. Companies may have many benefits of it so they invest money in their HR departments who then led employees through their professional development but they expect that employees will bring more enthusiasm and higher profit. Today's employee is a person who has soft and transferable skills, who is self-motivated and who knows how to handle with his/her private and life related to career development.

3. RESEARCH QUESTIONS

Employees need to be aware about need for constant development. Hoping that we will be able to explain do employees are willing to attend tried to explain that by defining this research questions into three main principles

Principle 1: How often do they need some special training?

Principle 2: Do they only attend seminars and workshops or trainings organized by their company, or they are self-motivated for more knowledge related to their occupational fields and private life experience

Principle 3: Do they understand terms such as NLP, transferable skills, soft skills, rapport facial expressions and other similar thing

Three Hypotheses were defined:

Hypothesis 1

Through the first principle we will find out how often do employees need some special training

Hypothesis 2

In the second principle we will find out what type of trainings do they attend and are they self-motivated or persuaded by the company

Hypothesis 3

Is related to certain terms and trainings that are must-have or must-known in today's business environment

The principles will show the positive correlation between employees and their need for lifelong development .

4. EMPLOYEES AND LIFELONG LEARNING

Participants are able to understand the importance in lifelong learning and they are ready to educate themselves through the various trainings, seminars and workshops.

1. All employees in our survey agreed that constant learning is essential in today's business. We need to stay up-to-date with all new technological achievements and be ready to use them in our everyday surroundings. All sixty-six participants in our survey said that they learn something new almost every day and that they are able to use that knowledge in their business environment.

2. Defining the Principle 2, we asked 66 participants do they only attend workshops, seminars or trainings organized by their company, or they are self-motivated to learn all necessary staff related to their occupational fields and also things that are connected to their private life. All sixty-six participants were employed in state or private sector. We came to conclusion that 68% of employees attend workshops organized by their company and that they consider it as a normal procedure in their career progression related to certain company. 26% of participants are self-motivated to learn and educate themselves even if their company do not ask from them to do that and only 6% do not attend any

seminars or any kind of trainings. This research showed that majority of employees are ready to take their extra time and learn more. They are aware that learning more in their current work they will be able to transfer all new skills to another job or position and that they will be more competitive than other candidates. They think that if they are well-trained, they will be able to teach others better those skills, too. Attending seminars and workshops will take your extra time for relax and you would be not able to be with your family and friends whenever you want, but this will give you benefits in future time, so your closest one, will be proud of you. By learning and knowing more, you will be self-assured and motivated for many goals and achievements.

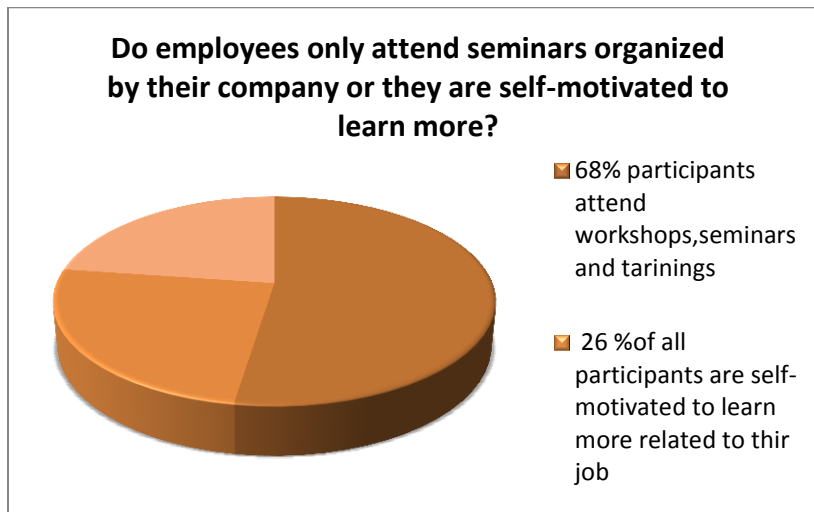
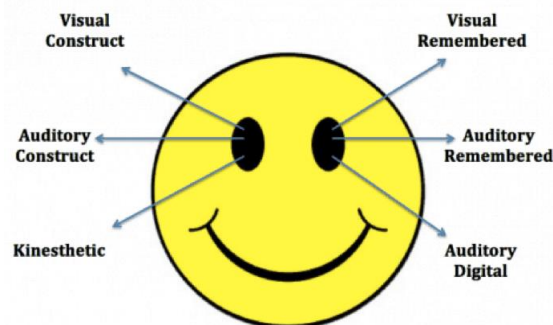


Figure.1. Employees attending seminars that are company related and those who are self-motivated for learning

3. Nowadays terms such as Neuro-Linguistic Programming, transferable and soft skills, rapport and facial expressions are familiar to almost all business people or those who would like to achieve success in business world. 89% of all participants were familiar with those terms saying that they know that NLP defines how our brain affects our ability to communicate and how to behave, it develops our mental maps that will show us how things happen and how we can to change course and live more fulfilled life. It helps us to use language in the best way since this is the main tool in communication between us and our colleagues and with our superiors, since language is connected with linguistic and programming helps us to change our mind and body states, we can remove or develop any program in our mind that is not useful for us. Those trained in NLP soon become a Masters of Communication[7]. They also knew that transferable skills are those that we can transfer from one job to another and they are related to our research and analytical skills, ability to listen and write well, numeracy skills, to be able to work in a team and know how to develop personality and mind in a right direction. Many of them have develop their soft skills attending seminars and certain trainings such as communication skills, decision making skills, leadership, time-management, creativity and problem solving skills. Reading facial expression majority concern as a very important skill. We need to be able to recognized at least seven emotions on people's face –fear, sadness, happiness, disgust, anger, contempt, surprise. Facial expressions and body language are an outward reflections of a person's emotional condition[8]. Rapport refers to knowing how to communicate with others and give them a good an appropriate feedback. Skills such as Mirroring and Monitoring person's face can lead us to know exactly which feedback we can give and not to insult our interlocutor. Only 11% of all participants who are currently employed were not familiar with these terms and techniques. They have heard about it, but they did not know definitions of them or to what are they related.



Picture 1. Skills we use, when we create a good Rapport

(Internet source <https://www.thecoachingroom.com.au/blog/3-powerful-nlp-techniques-to-create-rapport-fast>)

5. CONCLUSION

The world is rapidly changing and it is not easy to have each and every day fulfilled with learning and adopting new skills. Some of us may think that we can spend our time by resting and relaxing rather than learning but how high is the price that we will pay by not staying up-to-date by new technologies and new knowledge that is here for us to be learned. Besides the formal education that we gain in school and later at the university, we need to attend seminars, workshops and many trainings if we want to be good in our job or to be competitive in employment's market. If we are waiting for new opportunity that is concerned with our new employment, we may learn new language, new computer skill or get some useful business skill instead of wasting our precious time. Learning is unavoidable and good thing is that it happens all the time and wherever we are. The positive correlation that is confirmed through this research is that lots of participants in this survey are familiar with the great importance of learning and developing their skills. By learning new things and knowing every day more, give us self-confidence, we feel that we know a lot and that our superiors but also our colleagues will appreciate us more. Some companies give lots of money by having well-educated people in their human resources department who are able to lead their employees step by step through their career and development. To be good HR Manager, you need to have many skills like those to be analytical, good communicator, to know how to motivate others- new but also an old employees, that they learn new staff and to learn more. To be able to provide a good training you need to be well-trained, too. So life is process of constant learning. Many trainings are expensive, like those related to NLP coaching, but they give you benefits in the long run. The power of knowledge is when you are satisfied with your life and work so that your family and friends are proud of you.

REFERENCES

- [1] Internet resources : <https://sr.wikipedia.org/sr/Образовање>, assessed on 28.08.2018.
- [2] Internet resources: <https://www.themuse.com/advice/20-companies-that-value-learning>, assessed '20 Companies that Value Learning', on 29.08.2018.
- [3] Internet resources : [https://www.columbiasouthern.edu/the-many-disciplines-of-human-resources,'The Many discipline of Human Resource'](https://www.columbiasouthern.edu/the-many-disciplines-of-human-resources/'The_Many_discipline_of_Human_Resource'), assessed on 25.08.218.
- [4] Internet resources : <http://www.nlp.com/what-is-nlp/>, assessed, 'What is NLP?' on 26.08.2019.
- [5] Internet resources : <https://www.skillsyouneed.com/general/transferable-skills.html>, 'What Are Transferable skills?' assessed on 20.08.2018.
- [6]. Internet resources : <https://www.skillsyouneed.com/general/soft-skills.html>, 'What are Soft Skills', assessed on 20.08..2019.
- [7]. Internet resources : <https://inlpcenter.org/what-is-neuro-linguistic-programming-nlp/?cn-reloaded=1> 'What is Neuro-Linguistic Programming (NLP)?', assessed on 03.09.2018.
- [8]. Allan and Barbara Pease 'The Definitive Book of Body Language', Pease International, Australia 2004, page 29.
- [9]. Internet resources : <https://www.thecoachingroom.com.au/blog/3-powerful-nlp-techniques-to-create-rapport-fast> '3 Powerful Techniques to Create Rapport Fast', assessed on 08.09.2018.

DEVELOPMENT OF NEW ECONOMY - DIGITAL ECONOMY

Marko Janković

Parking servis Niš, Serbia, marko.jankovic@nisparking.rs

Dejan Dimitrijević

Parking servis Niš, Serbia, dejan.dimitrijevic@nisparking.rs

Bratislav Joksimovic

Parking servis Niš, Serbia, bratislav.joksimovic@nisparking.rs

Abstract. The digital economy has a large impact on social development and therefore on the development of the economy. The process of globalization has also caused the development of digitization in all spheres of society, as well as the need for continuous improvement. The digital economy has led to progress in the technical-technological sense, which has the effect of improving all the factors of production, starting from the basic assets, the means of labor and the subject of labor to the intangible assets. Digital devices have become part of everyday life both in private life and in business ventures that make economic activity. Numbers of users of modern technology are increasing the demand for high-quality and technologically advanced products are increasing rapidly. The digital economy is based on the intangible things, information, innovations and creativity of the expansion of economic potential. Digital networks and communication and technology infrastructures provide a global platform for people and companies to communicate and collaborate with each other. The digital economy is based on intangible assets, information, innovation and creativity, in order to optimally develop the economic potential. The characteristics of the digital economy are globalization, mobility, and integration, and direct electronic commerce, digital products. Digital economy has resulted in positive effects in terms of informing users about products, prices, supply, demand and other parameters that are important to the decision making process. Digital economy refers to an economy based on digital technologies including digital communications networks, (Internet, Intranet, private networks), computer software and other related information technologies. It is the result of transformational effects of new technologies in the sphere of information and communication. In other words, the term digital economy refers to the convergence of old economics, information and communication technologies, computers (computer technology) and digital electronics. Convergence, the old economies and the aforementioned technologies has created a hybrid techno-economic innovation system that encourages tremendous organizational change, causing major changes in all spheres of economic and social life such as retailing, transport, financial services, production, educations, health's, media, etc.

Keywords: digital economy, information, communication, creativity

1. INTRODUCTION

The rapid growth of the application of digital economy in society has an important role in the transformation of today's economy. Digital devices, such as computers- and mobile phones, have become an indispensable part of society. The number of people using digital technologies has rapidly increased to the last three decades by finding the Internet. Wide access to the Internet increased the use of digital content and services. Internet e-banking, audiovisual media services, e-commerce and social networks have become an integral and unimaginable part of our everyday lives. On the other hand, companies and other organizations redefine, or have already redefined their business models and strategies by introducing new or innovating existing advertising approaches and increasingly using on-line and new opportunities.

Business in the digital economy implies, transformation, enterprises of the old economy into a new economy enterprise, which performs most of their functions electronically in order to improve their business and improve competition.

Fierce global competition is working on a big corporation that continually explores opportunities to reduce costs, increase productivity and improve quality of service delivery. These efforts can best be achieved by using a Web-based system which is major factors of the transformation of electronic commerce (e-commerce) and electronic commerce (e-commerce) in the digital economy.

2. INFORMATION-COMMUNICATION TECHNOLOGIES (ICT) AND DIGITAL ECONOMY

The fundamental driving force of digital economy is based on the development and use of ICT.

Unlike traditional business enterprises, digital economy based on ICT has a different effect on the operations and growth of the company. First, ICT affects the efficient use of traditional enterprise resources that encourage further development of new convergence products of ICT. Productivity improves and production costs are reduced, leading to increased accumulation and new technological innovations that enhance enterprise performance. Second, ICTs play a key role in supply. The development of ICT contributed to the creation of new ICT companies and ICT services, offering new products that did not exist on traditional manufacturing. The effect of these changes is reflected of the expansion of the ICT manufacturing industry that creates new demands.⁸⁵ This further implies the creation of new ICT products and the improvement to ICT productivity. In the end, the impact on development, ICT does not only refer to the part of production or enterprises, but also positively contributes to the development of the whole economy.

3. WHAT IS DIGITAL ECONOMY

The term "Digital Economy" appeared for the first time in 1994 of Don Tapscott's book of the same name. The book caused great interest and in a short time became a bestseller with ideas that were revolutionary and which are still current. Sometimes, a digital economy is called an Internet economy, a new economy, or a web economy.

Digital economy refers to an economy based on digital technologies including digital communications networks, (Internet, Intranet, private networks), computer software and other related information technologies. It is the result of transformational effects of new technologies in the sphere of information and communication. In other words, the term digital economy refers to the convergence of old economics, information and communication technologies, computers (computer technology) and digital electronics.

Convergence, old economics and the aforementioned technologies has created a hybrid techno-economic innovation system that encourages tremendous organizational change, causing major changes into all spheres of economic and social life such as retail, transport, financial services, manufacturing, education, health, media, etc.. By combining networked computer technologies and new business models, completely new markets, industries, business and work practices have been created today in the form of digital economy.⁸⁶ The digital economy is based on the exploitation of ideas, the transition to material transformation of the factors of production of a new product based on knowledge, creation, trade, etc... The combination of network computing technology and new business models has led to the creation of completely new markets, businesses and the creation of a completely different workplace practice.

The digital economy is based more on the form of immaterial things, information, innovation and creativity, the expansion of economic potential and is based on the exploitation of ideas rather than material things.⁸⁷ In the new economy, digital networks and communication infrastructures provide a global platform in which businesses and people can communicate, collaborate and search for information.⁸⁸ These unique platforms include the following components:

- A wide range of products made from digital bits-databases, news, information, book journals, TV and radio programs, movies, electronic games, music CDs and software- delivered through digital infrastructure anytime, anywhere in the world,
- Consumers and companies - perform digital transactions in digital currency or financial symbols (token) downloaded and carried through smart cards via networked computers and mobile devices,
- Physical goods - home appliances and cars are built with micro-processors and networking capabilities.⁸⁹ The basic instruments of the digital economy are the Internet with e-mail services, presentation site and portable and mobile systems wirelessly. The digital economy has helped create an economic revolution, unprecedented economic performance, and sustained economic expansion of the history of mankind.

⁸⁵ S. Harbhajan Kehal, Varinder P. Singh, *Digital Economy: Impacts, Influences, and Challenges*, Idea group Inc. 2005

⁸⁶ [V. P. Singh, H. Kehal Digital Economy:: Impacts, Influences and Challenges Hardcover – March 22, 2005](#)

⁸⁷ A. Persaud, *The knowledge gap*. *Foreign Affairs*, 80(2), 107-117, 2001

⁸⁸ Unold, *Basic Aspects of the Digital Economy*, Acta, Universities Lodzienia Folia Oeconomica 167, 2003

⁸⁹ S, Y. Choi, A. Whinstone, A. *The Internet Economy, Technology and Practice*. Austin, Eco paper, 2000

4. DIGITAL ECONOMY ELEMENTS

Understanding the digital economy implies service and service measurement. Modern companies are largely manufacturers of integrated or embedded services in the product. A large part of these production services involves the use of information. The basic elements of the digital economy are:

- Networked computers and intensive use of information and communication technologies,
- Knowledge codification (software and the like),
- Converting information to the general good and market value,
- A new way of organizing work and production,

The basis of the digital economy consists of numerous information and services distributed among a wide range of opportunities for access to networks and skills in the information society. So, digital economy is a combination of services and ICT. It combines enhanced, transformed or new economic relationships based on computers and human knowledge.

5. DIGITAL PRODUCT

A digital product is a product based on knowledge and knowledge improvement.⁹⁰ The definition includes information, knowledge, news, databases, software, literature, art and other forms of human creativity, as well as products that can be enhanced with networked and customized knowledge.

Changes in the use of digital products may be affected by changes in the basic technologies used to transport, deliver or provide the end-user experience associated with the product. In some cases, basic technology can create a digital product of traditional physical products or services.

A large number of digital products have common characteristics that place them in this product group. These common attributes distinguish them from physical or non-material non-digital products. These properties are:

- High fixed costs of the production of a first unit but with low marginal costs for the production of the next unit ,
- Product quality is difficult to estimate at a real product experience ,
- Capacity limitation does not restrict production in any way ,
- Storage, retrieval and product transfer is simple and inexpensive.⁹¹

From these properties, it follows that digital products can be unauthorized used by other persons that have not purchased these products and which is difficult or impossible to control. For example, distributing a digital product of other people that have not paid for that product, copying, illegal access, etc... Then, sellers of such products must apply strategies that differ from those using physical product vendors to ensure constant revenue from continuing use of digital products.

6. MARKET AND MARKET STRUCTURE OF DIGITAL PRODUCTS

Participants in the digital economy market are the state (government, administration, and administration), economy (enterprises) and consumers (buyers, citizens).

In the new economy, the market has three main functions:

- Adjustment of buyers and sellers,
- Facilitating the exchange of information, goods and services and payments related to market transactions,
- Providing institutional infrastructure that enables efficient functioning of the market.⁹²

Instead of producing finished products and services and distributing them, digital business involves the collection, selection, synthesis and distribution of information. So, the digital economy, starting from supply, demand and ending with prices and competition, is completely different from the old or traditional economy model. Similar to the traditional (classical) market on the Internet (digital) marketplace, participants exchange products and services for money (or replace them), but they do it electronically.

⁹¹ G. Schneider, „Digital Products on the Web: Pricing Issues and Revenue Models University of San Diego, USA 2005

⁹² D. Momirovic, D. Cogoljević, Mikroekonomija, PEP, Beograd, 2018

7. PRICE OF DIGITAL PRODUCTS

The formation of prices for digital products differs from the way in which prices of physical products are formed. Some digital products are available free of charge, (free), which implies an alternative option of securing revenue that is necessarily associated with those products. Other, digital products are linked to other products, digital or physical, in order to somehow avoid problems related to their prices.

Also, one way to determine the price is to create an artificial difference in the sub-set of digital products and to use differentiated prices to get the highest possible revenue from each set of customers for the product.⁹³ However, the most common way to determine the price of digital products is to use a licensed approach from both sales methods. Regardless of the way prices are determined, it is important that prices of digital products are not formed into the basis of production costs, but on the basis of the values that customers assign to that product.

On the Web, different combinations of the listed methods of pricing can often be seen. Sites allow free access and content and charge with other related content.

8. CONCLUSION

Digital economy, based IT does not only affect businesses and the economy as a whole, it also brings about comprehensive social change. It creates a new demand, new flexible economic structures, manages price changes, restructures businesses and types of employment, and eases the emergence of the digital generation.

The digital economy creates a new demand that generates new products and services produced by digital technology. For example, the Internet is used, almost, in all parts of the world, which allows on-line trade, information, etc. With new products, the digital economy contributes, creating a new demand, which did not exist on traditional societies and the expansion of existing demand.

Digital economy allows flexible economic structures, through IT entry and business exit becomes much easier, with consumers playing a greater role. For example, consumers can, via the Internet, increase their impact on manufacturers by their demands and proposals. On the other hand, manufacturers get useful information about the need of consumers that they can use to improve their efficiency.

Digital economy mitigates price fluctuations. In many countries, IT products and services have contributed to the reduction and stabilization of inflation.

The digital economy is affecting the transformation of the structure of the company and the type of employment, but also creates new jobs and new jobs. Large enterprises are reorganized into small businesses or affiliates and autoscoring. Businesses have enabled employees, flexible working hours, out of office, such as e-commerce, which caused changes in employee structure. In addition, the development of IT industry has led to an increasing demand for professionals in this branch.

In addition to all of the above, the digital economy is constantly encouraging digital generations. Some have insisted that the digital generation is clearly distinguished from other generations by value and lifestyle, stating as an argument about its attitude that it was the first generation to grow with the development of digital media. In addition, they state that digital generations actively participated in the use of digital media for communication, learning, entertainment, and work, thinking and creating new values. These generations has influenced the production process and at the same time were the first consumers, but also actively participated in the production and consumption of new products and services and contributed to the development of digital economy through the development of ICT.

LITERATURA

- [1] D. Momirovic, D. Cogoljević, Mikroekonomija, PEP, Beograd, 2018
- [2] G. Schneider, „Digital Products on the Web: Pricing Issues and Revenue Models University of San Diego, USA 2005
- [3] J. Unold, Basic Aspects of the Digital Economy, Acta, Universitates Lodzianis Folia Oeconomica 167, 2003
- [4] A. Persaud, . The knowledge gap. Foreign Affairs, 80(2), 107-117, 2001
- [5] S, Y. Choi, A. Whinston, A. The Internet Economy, Technology and Practice. Austin, Econpaper, 2000
- [6] S. Harbhajan, Kehal, Varinder P. Singh, Digital Economy: Impacts, Influences, and Challenges, Idea group Inc. 2005
- [7] [V. P. Singh](#), H. Kehal Digital Economy:: Impacts, Influences and Challenges Hardcover – March 22, 2005

⁹³ G. Schneider, „Digital Products on the Web: Pricing Issues and Revenue Models University of San Diego, USA 2005

ANALYSIS THE MARKET OF INTERNET PURCHASE IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA

Marina Blazhekovikj Toshevski

St. Kliment Ohridski University – Bitola, R. Macedonia, marina.blazekovic@yahoo.com

Bardhyl Tushi

Ministry of education and science, R.Macedonia, btushi@gmail.com

Abstract: In the direction of globalization of the economy, e-commerce becomes one of the necessary components in creating the business strategy of the companies themselves. The integration of information and communication technology in the business can be said that elevate to a higher level the relations within the organization and between different organizations, but also with the customer relations. When it comes to consumers, they are the most important link without which e-commerce would not exist. E-commerce exists for consumers to make the products more accessible and at the same time to reduce the time needed to arrive at the site, to review the product and to purchase it. In Macedonia, online shopping is getting more and more popular. For the development of the internet purchase, the banks started issuing cards that allowed payment via the Internet and to serve accounts of domestic Internet traders, adopted a legal framework for internet commerce, and due to the reduced number of frauds, i.e. transactions made with false or forged cards, the number of not only domestic internet shops, but also foreign online stores that allow sale in the Republic of Macedonia has increased. This paper analyzes the market for internet purchasing in the Republic of Macedonia by analyzing the number of registered virtual sales points in certain years, analyzing the offer from domestic online merchants, analyzing what Macedonian citizens most often buy online, as well as the value of transactions made with cards issued by domestic banks. The conclusion include the progress of the internet purchase in the analyzed period.

Keywords: internet, banks, consumers

АНАЛИЗА НА ПАЗАРОТ ЗА ИНТЕРНЕТ КУПУВАЊЕ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Марина Блажековиќ Тошевски

Универзитет Св. Климент Охридски – Битола, Р. Македонија, marina.blazekovic@yahoo.com

Бардуљ Туши

Министерство за образование и наука, Р. Македонија, btushi@gmail.com

Резиме: Во насока на глобализација на економијата, е-трговија станува една од неопходните компоненти во креирањето на бизнис стратегијата на самите компании. Интеграцијата на информатичката и комуникациската технологија во бизнисот може да се каже дека ги издигна на повисоко ниво релациите и тоа како внатре во организацијата, така и помеѓу различните организации, но и релациите со клиентите. Кога станува збор за потрошувачите, тие се најбитна алка без која и не би ни постоела е-трговијата. Е-трговијата постои за потрошувачите за да ги направи производитите подостапни, а воедно и да го намали времето кое е потребно за пристигнување на местото, за разгледување на производот и за купување на истиот. Во Македонија интернет купувањето станува сè попопуларно. За развојот на интернет купувањето придонесоа и деловните банки кои почнаа да издаваат картички со кои е дозволено плаќање преку интернет и да опслужуваат сметки на домашни интернет трговци, се донесе правна рамка за интернет трговија, а поради намалениот број измами, односно трансакции направени со лажни или фалсификувани картички, се зголеми бројот не само на домашни интернет продавници, туку и на странски интернет продавници кои дозволуваат продажба во Република Македонија. Во овој труд е направена анализа на пазарот за интернет купување во Република Македонија преку анализа на бројот на регистрирани виртуелни продажни места во одделни години, анализа на понудата од домашните онлајн трговци, анализа на тоа што македонските граѓани најчесто купуваат преку интернет, како и вредноста на трансакции направени со картички издадени

од домашни банки. Во заклучните согледувања е опфатен прогресот на интернет купувањето во анализираниот период.

Клучни зборови: интернет, банки, потрошувачи.

1. ВОВЕД

Интернет трансакција е продажба или купување на стоки или услуги, спроведени преку компјутерски посредувани мрежи⁹⁴.

Поформално кажано, фокусот се става на електронско овозможените комерцијални трансакции помеѓу организациите и индивидуите, и помеѓу самите организации. Секоја од овие компоненти е значајна при интернет купувањето. Електронско овозможените трансакции ги вклучуваат сите трансакции коишто се вршат со посредство на електронска технологија. Во најголем дел ги означува трансакциите кои се вршат преку интернетот и веб мрежата⁹⁵. Комерцијалните трансакции ја вклучуваат размената на вредност меѓу организациските или индивидуалните граници во замена за производи и услуги. Не постои трговија без размена на вредност. Интернет купувањето го сочинуваат следните страни⁹⁶:

- Продавач (интернет трговец);
- Купувач (потрошувач, клиент);
- Банки (банка издавач на картичката на купувачот и банка опслужувач на сметката на трговецот);
- Платежен процесор како институција која го опслужува порталот за плаќање.

Суштината на интернет купувањето се базира на користење на интернетот како средство преку кое продавачот и купувачот комуницираат и го склучуваат договорот за купопродажба, односно се врши нарачката и плаќањето на производите и услугите. За да се направи нарачката се користат веб-базирани софтверски апликации, познати и како потрошувачки кошнички, додека пак за потребите на плаќањето се користи посебен веб портал за плаќање. Главно средство за плаќање се кредитните и дебитните картички и електронските пари кои се користат за плаќање во електронска форма. Самата трансакција се реализира преку посебни портали за плаќање т.н. платежни процесори. За идентификација на купувачот најчесто се користат корисничко име и лозинка, додека пак многу ретко се користат дигиталните сертификати. Заради безбедност на трансакцијата потребно е веб локацијата на купувачот да користи систем за криптирање на трансакциите (SSL – Secure Socket Layer), а во последно време се користи и безбедносен код (secure code) на кредитните картички.

2. ПРОЦЕС НА ИНТЕРНЕТ КУПУВАЊЕ

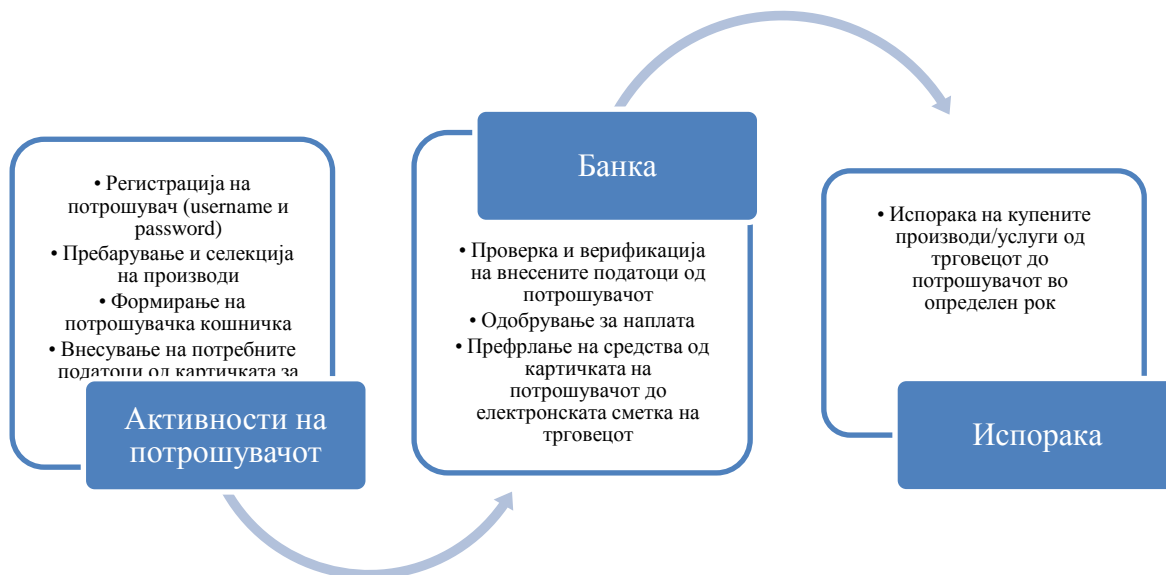
Интернет купувањето започнува со пребарување на регистрираниот потрошувач по интернет продавницата, ги избира производите или услугите, начинот на испорака и плаќање и по кликување на соодветно копче ја потврдува нарачката. Во истиот момент, системот на интернет трговецот испраќа информации за самата нарачка до платежниот процесор. Платежниот процесор комуницира со банката која ја издала картичката преку која се врши плаќањето и со банката во која трговецот има сметка. Банката која ја издала картичката го дозволува или одбива плаќањето на нарачката во зависност од тоа дали купувачот има парични средства на картичката. Откако ќе се дозволи плаќањето, преку платежниот процесор се префрлаат парите од сметката на купувачот на сметката на продавачот, по што продавачот ги испорачува производите или услугите⁹⁷.

⁹⁴ [OECD](#), Measuring the Information Economy, OECD Publishing, 2002, pp.89

⁹⁵ Кенет К. Лаудон, Карол Герсио Травер, Електронска трговија : бизнис, технологија, општество, Скопје : Арс ламина, 2010, сор. 2009, стр.10

⁹⁶ Analysis on the e-commerce situation in the Republic of Macedonia, e-gov project, 2010

⁹⁷ Analysis on the e-commerce situation in the Republic of Macedonia, e-gov project, 2010



Слика 1 Модел на процесот на интернет купување

2.1. КАРАКТЕРИСТИКИ И ПРЕДНОСТИ НА ИНТЕРНЕТ КУПУВАЊЕТО

Интернетот е почетна и завршна точка при секое интернет купување. Станува збор за платформа што ги обединува продавачите и купувачите на светско ниво. Овозможува интеграција и соединување на едно место без оглед на географската оддалеченост и одвоеноста на пазарите. Заради условите што ги нуди интернетот, бројот на интернет трговци и потрошувачи секојдневно се зголемува и онлајн купувањето се повеќе се прифаќа како добра алтернатива на традиционалната трговија. Карактеристиките на интернет купувањето се универзални и го одделуваат од традиционалната трговија како синоним за технолошкиот развој на 21 век.

Онлајн купувањето нуди различни опции на купување⁹⁸:

- Онлајн продавница – основен и најкористен модел на онлајн купување. Овозможува купување и продавање на производи/услуги меѓу производителот и купувачот елиминирајќи ги посредниците и физичките продавници, или меѓу трговците на мало и потрошувачот со што дистрибуцијата е поефикасна.
- Модел кажи своја цена - каде потрошувачот онлајн дава цена за она што го интересира врз основа на свое мислење и вреднување на стоката. Овој модел сеуште не е актуелен во Македонија.
- Аукциски модел – кај овој модел веб страната е посредник меѓу потрошувачот и трговецот, а како трговец или потрошувач може да се јави било кој интернет корисник. Во текот на аукциите потрошувачите наддаваат за она за што се заинтересирани и оној што ќе понуди највисока цена го добива производот по таа цена. Типичен пример за ваков модел е веб страната e-bay.
- Групни набавки – кога се купуваат поголеми количини вообичаено е цената да се намали во интерес и на трговецот и на потрошувачот. Доколку веб страната дава опција за групирање, може повеќе потрошувачи заинтересирани за ист производ да се групираат за да ја зголемат количината и да добијат попуст, а воедно да добијат и подобри услови за идни набавки.

⁹⁸ www.e-biznisi.net

Интернет купувањето овозможува многу нови начини за бизнисите и потрошувачите да комуницираат меѓу себе и да соработуваат. Начинот на функционирање на интернет купувањето има бројни предности не само за потрошувачите и трговците туку и за општеството во целост.⁹⁹

Најчесто, потрошувачите се одлучуваат за интернет купување поради погодноста која во голема мерка е резултат на заштедата на време. Намалување на вкупните трансакциски трошоци се чини дека е главниот мотив за избор на интернет каналот, следен со други намалувања во трошоците на производот/услугата.¹⁰⁰

Анкета спроведена на над 3000 онлајн потрошувачи во февруари 2013 од страна на United Parcel Service Inc. уште еднаш ги потврдува предностите кои потрошувачите ги преферираат за интернет купување пред традиционалното купување. Факт е дека цените и заштедата на време се еден од главните фактори за предностите на онлајн купувањето.¹⁰¹



Слика бр.2 Зошто потрошувачот се одлучува за онлајн купување пред традиционално купување
Извор: United Parcel Service Inc.

3. ИНТЕРНЕТ КУПУВАЊЕ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Интернет купувањето во Република Македонија е во голем подем и онлајн шопингот за потрошувачите станува секојдневие. Зголемувањето на бројот на интернет корисниците без оглед на полот и возраста е пропорционално со се поголемиот интерес за онлајн купување. Истото се однесува и за трговците – стари и нови, кои се почесто се насочуваат на интернет пазарот. Македонците го користат интернетот за онлајн купување од домашни и странски веб страни во зависност од понудата. Од домашните веб страни најмногу се купуваат прехранбени производи и се користат услуги за достава како и патувања. Голем е интересот и за облека и технички апарати, но нема доволно понуди од македонските сајтови за овие категории и граѓаните се принудени да бараат вакви понуди од странските веб страни. Моментално во Македонија има околу 678 регистрирани интернет продавници, но нема официјална бројка колку од нив се активни.¹⁰² Најголема стапка на годишен раст во остварена вредност на трансакциите преку персонален компјутер се забележува во 2014 година споредено со 2013 година односно над 350%, но тоа не е реален пораст на пазарот на онлајн купување бидејќи во голема мера се должи на лансираните кампањи за стимулирање на онлајн плаќање на сметки за телефон, струја, вода и др. Според податоците на Народна Банка, македонските граѓани во 2015-та потрошиле над 18,4 милиони евра за некаков вид онлајн трансакција, што пак споредено со претходната, 2014-та година, претставува зголемување за околу 61%. Во

⁹⁹ Arnold Picot, Ralf Reichwald, Rolf Wigand: Information, Organization and Management; Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 2008

¹⁰⁰ Based on data from e Marketer, Inc., 2007b; Sterling Commerce and Deloitte Consulting, 2007

¹⁰¹ United Parcel Service Inc.

¹⁰² Информација за движењата во платниот промет за 2016 годна, НБРМ

овие трансакции влегуваат онлајн купувања на производи и услуги, како и плаќања сметки преку интернет. За прв пат бројот на онлајн трансакциите во земјава ја надмина бројката од еден милион во 2015 година, што според познавачите на пазарот е добар показател за развој на онлајн купувањето, ако се има предвид големината на македонскиот пазар. Годишниот пораст во 2016 година е значително помал споредено со претходните две години односно порастот во 2015 споредено со 2014 година изнесуваше 61%. Вредноста на онлајн трансакции направени кон домашните е-трговци во 2016 година изнесува речиси 1.6 милиони денари што претставува пораст од 36% споредено со 2015 година¹⁰³.

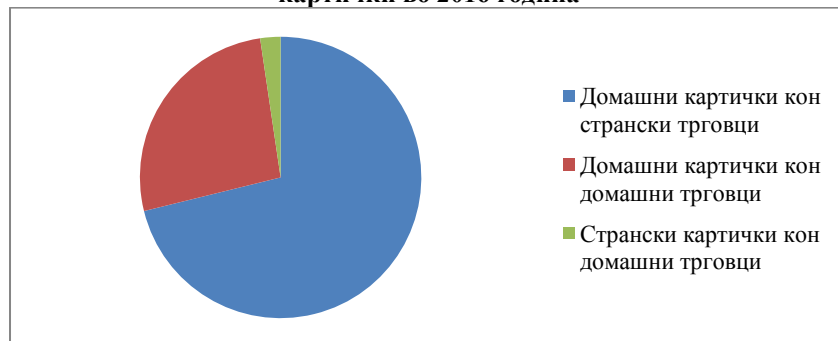
3.1. ВРЕДНОСТ НА ТРАНСАКЦИИТЕ

Народна Банка на РМ во април 2016 година, донесе одлука за промена на методологијата за прибирање на податоците за платните системи прилагодена на стандардите на Европска Централна Банка, а согласно потребите за анализа на растечкиот пазар на онлајн купувањето. Со тоа се отвори можност да се направи подетална анализа на состојбата на интернет купувањето во Република Македонија во поглед на тоа колку македонските граѓани купувале од домашни онлајн продавници, а колку од странски трговци. Во новиот извештај за онлајн трансакции со платежни картички според типот на уредот подетално се содржани следните типови на трансакции¹⁰⁴:

- Трансакции на уредите во земјата со картички издадени во земјата;
- Трансакции на уредите во земјата со картички издадени надвор од земјата;
- Трансакции на уредите надвор од земјата со картички издадени во земјата;

Македонските граѓани потрошиле значително повеќе средства за интернет купување од странски трговци отколку од домашни трговци. Доколку се земе во предвид глобализацијата и можноста за купување од странски трговци каде понудата е многу конкурентна, тоа е логично. Во 2016 година од вкупно 85 милиони евра вредност на трансакции направени со картички издадени од домашни банки, 72.8% е вредност од направени трансакции со домашни картички кон странски трговци или 61,9 милиони евра, додека 25 милиони евра биле потрошени за купувања направени кај домашни онлајн трговци. Вредноста на трансакциите од странски картички кон домашни трговци изнесува 2 милиони евра.

Графикон1. Вредност на трансакции кон домашни и странски трговци од домашни и странски картички во 2016 година



Извор: НБРМ

Во однос на бројот на направени трансакции, домашните трговци учествуваат со 44%, додека 56% се трансакции кон странски онлајн продавници. Притоа, најмногу за растот на интернет купувањето допринеле поволните цени и бројните попусти. Просечната вредност на една трансакција направена од домашни картички во 2016 година изнесувала околу 1024 денари, додека со странски картички била околу 2970 денари.¹⁰⁵

¹⁰³ Народна банка на Р. Македонија

¹⁰⁴ Информација за движењата во платниот промет за 2016 годна, НБРМ

¹⁰⁵ Информација за движењата во платниот промет за 2016 годна, НБРМ

3.2. ДОМАШНИ ОНЛАЈН ПРОДАВНИЦИ

Кога станува збор за интернет купувањето во Република Македонија, најголема заслуга за неговиот пораст има отворањето на првиот сајт за групно купување – *Groupier*.

Следејќи го примерот на странскиот *Groupon*, *Groupier* се појави на македонскиот онлајн пазар во вистинско време, кога во земјата не постоеше веб сервис од таков тип и попустите се покажаа како одличен поттикнувач за многу граѓани да го направат своето прво интернет купување. Денес *Groupier* е лидер на онлајн пазарот и се смета за *Game Changer* на пазарот за интернет купување.

Groupier кампањата носи бројни придобивки за компаниите како:

Реклама која носи мерливи резултати –реклама која може да донесе голем број купувачи до вратата на компанијата за краток период;

Промоцијата се исплаќа со услуга – компаниите за својата промоција плаќаат со нивни услуги и производи и не треба да одвојуваат нови средства;

Искусна поддршка – *Groupier* со својот искусен тим им помага на компаниите да ја направат најпродуктивната зделка за нивниот бизнис и да ги постигнат посакуваните резултати;

Навремена исплата – средствата од продадените купони компанијата ги добива веднаш по завршување на зделката;

Голем опсег на реклама – *Groupier* кампањата опфаќа над 150.000 потенцијални корисници (преку email, социјални медиуми и банери на други сајтови). Целта на *Groupier* е задоволни партнери кои ќе останат редовни клиенти. Бројот на заинтересирани потрошувачи и трговци постојано се зголемува, а над 70% од постоечките трговци имаат објавено по повеќе зделки што говори за нивното задоволство од соработката со *Groupier*¹⁰⁶.

Мебел-Ви е компанија за производство и продажба на мебел, и прва компанија во Македонија која нуди онлајн продажба на мебел. Онлајн продавницата ги има следните карактеристики:

Понуда од околу 100 производи групирани во повеќе од 10 категории и видови на мебел;

Имплементиран е најсигурен систем за наплата;

Веб страната содржи детални упатства за начинот на купување и можност секој потрошувач да го оцени производот;

Голем број производи со намалени цени и попусти кои не се актуелни во самите салони;

Се поголем број на клиенти го одбираат овој начин на купување, покрај традиционалниот.

TopShop може да се вброи како една од ефикасните и успешни домашни онлајн продавници која своето работење го започна преку телефонски нарачки за подоцна да прерасне во продавница која може на потрошувачите да им понуди и онлајн порачки и плаќања.

Факт е дека подигнувањето на колективната свест кај граѓаните за интернет купување е процес кој бара време, но со отворањето на веб продавници како *Groupier.mk* и *Kupimebel.com.mk*, преку кои корисниците купуваат производи и услуги на попуст, се зајакнува присутноста на безбедни веб продавници во државата што влијае на напредокот на онлајн трговијата.

Можеме да тврдиме дека некои сектори како финансии, банкарство и осигурување може да се споредат со европските стандарди за примена на интернет купување, но останатите како што е на пример преработувачката индустрија сеуште заостанува. Недостатокот на стручен кадар што детално ќе се занимава со проблематиките на интернет купувањето е забележителен во побарувачката за работна сила која би го подобрила процесот на купувањето.

3.3. ШТО КУПУВААТ ПРЕКУ ИНТЕРНЕТ МАКЕДОНСКИТЕ ГРАЃАНИ

Македонските онлајн потрошувачи најчесто купуваат облека и спортска опрема, електронска опрема, производи за домаќинството, хотелски аранжмани и др. Оваа бројка би била поголема доколку би имало и домашни онлајн продавници што нудат голем избор на различни типови производи како на пример козметика и прехранбени производи. Податоците велат дека околу 50 проценти од онлајн продажбата ја прават онлајн трговците кои нудат групни попусти. Интересно е тоа што минатата година најмногу се купувало од светските трговци – 58.6% што е последица на додавањето на Македонија на светскиот сервис за онлајн купување *PayPal*. Домашните трговци имаат удел од 40.8%, додека оние од Европската Унија 20.7 %.

¹⁰⁶ <https://groupier.mk/>

Поединци кои извршиле интернет купување за приватна намена	
Во %	
Користеле интернет (кога било)	100.0
Време на нарачката преку интернет	
во последните 3 месеци	13.7
пред 3 месеци до 1 година	5.6
пред повеќе од 1 година	5.5
Никогаш	75.2
купиле производи/услуги преку интернет (кога било)	24.8
Нарачале преку интернет во посл.12 месеци	19.3
Нарачале преку интернет во посл.12 месеци	100.0
Производи/услуги нарачани преку интернет во последните 12 месеци:	
Прехранбени и др. производи	8.2
Производи за домаќинство	13.1
Медицина, лекови	4.4
Облека, спортска опрема	54.7
Компјутерски хардвер	8.3
Електронска опрема (и камери)	16.3
Книги, списанија, весници, е-книги	6.6
Материјали за е-учење	3.7
Софтвер за видеоигри; друг компјутерски софтвер и софтверски надградби	3.7
Телекомуникациски услуги (претплата за ТВ, интернет, фиксен, мобилен телефон и др.)	5.2
Хотелско и др. сместувања за одмор	9.7
Други аранжмани за патувања	7.3
Билети за настани (кино, театар и др.)	6.8
Филм,музика	2.2
Друго	12.6

Купиле/нарачале производи/услуги според земјата на потекло/престој на продавачот:	
Продавачи од земјава (РМ)	40.8
Продавачи од земјите на ЕУ	20.7
Продавачи од другиот дел на светот	58.6
Земјата на продавачот не е позната	0.6

Табела 1. Анализа на онлајн нарачките во Р.М. во 2016-та година
Извор: Државен завод за статистика на Р.М.

Македонскиот интернет пазар има огромен потенцијал за раст бидејќи генерацијата што израснува на социјалните мрежи и мобилните апликации, ќе биде голем онлајн потрошувач допрва. Облека, обувки, технички апарати, опрема за домаќинството, се само дел од работите што се купуваат онлајн и стигнуваат во македонската пошта за достава. Минатите години имаше иницијативи за зголемување на лимитот од 45 евра за без царински увоз на 150 евра, на пратки за лична употреба кои граѓаните ги порачуваат онлајн, а им се доставуваат преку поштенскиот сообраќај. Со ова граѓаните би имале послободен пристап до електронскиот пазар на стоки за широка потрошувачка во светот, а од друга страна ќе се стимулира и развојот на поштенскиот сообраќај. Но, за ова Царинската управа и Министерството за финансии се уште немаат донесено одлука.

4. ЗАКЛУЧОК

Врз основа на направената анализа на пазарот за интернет купување во Република Македонија, може да се согледа прогресот на интернет купувањето во анализираниот период. Несомнено е дека бројките што се однесуваат на интернет купувањето ќе продолжат да растат секоја наредна година следејќи ги светските трендови со мало задоцнување. Но, ова доцнење не е изненадување ниту пак е негативен фактор со оглед на големината на нашата земја и едукацијата на населението поврзана со интернетот, онлајн купувањето и безбедноста на користење на платежни картички.

Во интернет купувањето се вмешани многу варијабилни како банки, законодавни тела, население, пазар на вредност кои директно влијаат на преферирањето на македонските потрошувачи за традиционално купување пред интернет купување.

Интересот за купување од странски онлајн продавници и во иднина ќе биде поголем за разлика од оној за домашните. Домашните онлајн продавници можеби не можат да им конкурираат на странските во поглед на избор и цени, но тоа не значи дека не можат да вложат во подобрување на условите и квалитетот што им ги нудат на македонските потрошувачи за да се зголеми интересот за интернет купување и да се стекне довербата на потрошувачите.

Веќе никој не може да замисли што може да донесе развојот на науката и технологијата, и во колкава мера интернет купувањето во Р. Македонија ќе го замени традиционалното купување.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Анализа на онлајн нарачките во Р.М. во 2016-та година, Државен завод за статистика на Р.М.
- [2] Analysis on the e-commerce situation in the Republic of Macedonia, e-gov project, 2010
- [3] Based on data from e Marketer, Inc.,2007b; Sterling Commerce and Deloitte Consulting, 2007
- [4] Информација за движењата во платниот промет за 2016 годна, НБРМ
- [5] Лаудон, К., Герсио Травер, К., 2010. Електронска трговија : бизнис, технологија, општество, Скопје : Арс ламина, 2010, cop. 2009, стр.10
- [6] [OECD](#), Measuring the Information Economy, OECD Publishing, 2002
- [7] Picot, A., Reichwald, P.,Wigand, P.,2008, Information, Organization and Management; Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 2008
- [8] United Parcel Service Inc.,
Интернет страни:
- [9] <http://www.nbrm.mk/>
- [10] www.e-biznisi.net
- [11] <https://grouper.mk/>

LOYALTY PROGRAMS SUCCESS ON SOCIAL MEDIA- EXPERIENCE OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA

Dimitar Jovevski

Faculty of Economics, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje,
dimitar.jovevski@eccf.ukim.edu.mk

Kalina Trenevaska Blagoeva

Faculty of Economics, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, kalina@eccf.ukim.edu.mk

Abstract Research shows that monetary effects are not the only driver for customer loyalty programs and that improved user experience provides more long-term benefits. Loyalty programs mean value added to companies in terms of increasing sales and greater brand recognition. On a global level, although most companies have loyalty programs, the number of clients who are actively participating in them continues to fall within only about 50%, indicating that there is still something missing in most programs. World experiences show that successful loyalty programs actually bring significant value to companies and are a critical factor for growth. The Loyalty Performance Score measure was designed and it has been shown that the higher value of this score is in direct correlation with the financial effects of companies, especially in the sectors of air transport, retail sales, hotels, restaurants, rent- a-car industry and others. Loyalty programs that have the best performance show the highest success in changing consumer behavior and have the brands that are most preferred by customers. In the literature, and based on extensive research, four factors have been identified that are significant in how successful loyalty programs are. The first factor is - adjust the benefits to your loyalty program and to the "mind" and "heart" of consumers. It is no surprise that consumers say they care most about the prize money. However, offering a basic "earn-and-burn" mechanism is not enough today on the market. Customers take care to feel special and recognizable. The second success factor is addressing all clusters of clients from the so-called. a funnel of loyalty. All clients fall into one of the four levels along the funnel of loyalty, and programs with the highest performance fully cover each level, from awareness of the program and from membership to active engagement and edited behavior. The third factor is - offer customer rewards today and tomorrow. The key point is that customers want access to many types of benefits. They want to feel like a program works for them in the short term, and also expect benefits in the long run. Fourth, loyalty programs should be easy to understand and use. In their efforts to improve loyalty programs, companies add innovative new features, but too many customer-oriented novelties, especially suddenly, can be confusing. Companies need to strike a balance by maintaining loyalty programs that are relevant to their customers' needs and be easy to use. Our research covers the loyalty programs and their impact on social media. Their approach and experience are researched, the four determinants for the success of loyalty programs are analysed and ultimately recommendations for level improvement are proposed.

Keywords: social media, loyalty programs, Republic of Macedonia

УСПЕШНОСТА НА ПРОГРАМИТЕ ЗА ЛОЈАЛНОСТ НА СОЦИЈАЛНИТЕ МРЕЖИ - КАКВО Е ИСКУСТВОТО ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Димитар Јовевски

Економски факултет, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје,
dimitar.jovevski@eccf.ukim.edu.mk

Калина Трневска Благоева

Економски факултет, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, kalina@eccf.ukim.edu.mk

Резиме: Истражувањата покажуваат дека монетарните ефекти не се единствениот двигател за програмите за лојалност на клиентите и дека подобреното корисничко искуство обезбедуваат повеќе долгорочни придобивки. Програмите за лојалност значат додадена вредност за компаниите во смисла на зголемување на продажбата и поголема препознатливост на брендот. На светско ниво, иако најголем број на компании имаат програми за лојалност, бројот на клиенти кои активно учествуваат во нив продолжува да биде во рамките на

во само околу 50%, што укажува дека се уште нешто недостасува во повеќето програми. Светските искуства покажуваат дека успешните програми за лојалност, всушност, носат значителна вредност за компаниите и се критичен фактор за растот. Конструирана е мерката – скор за мерење на перформансите на лојалноста (Loyalty Performance Score) и е покажано дека повисоката вредност на овој скор е во директна корелација со финансиските ефекти на компаниите особено во секторите на авиопревозот, продажбата на мало, хотелите, рестораните, рент-а-кар индустријата и др. Програмите за лојалност што имаат најдобри перформанси покажуваат највисока успешност кај менување на однесувањето на потрошувачите и имаат брендови што се преферирани најмногу од страна на купувачите. Во литературата, а базирано на обемни истражувања идентификувани се четири фактори кои се значајни за тоа колку се успешни програмите за лојалност. Првиот фактор е - прилагодете ги придобивките на вашата програма за лојалност и кон "умот" и кон "срцето" на потрошувачите. Не е за изненадување што потрошувачите велат дека се грижат најмногу за паричната награда. Сепак, нудењето основен "заработи-и-изгори" механизам не е доволно денес на пазарот. Клиентите се грижат да се чувствуваат посебно и препознатливи. Вториот фактор за успешност е обраќање кон сите кластери на клиенти од т.н. инка на лојалност. Сите клиенти спаѓаат во една од четирите нивоа по должината на инката на лојалност, а програмите со највисоки перформанси целосно го опфаќаат секое ниво, од свеста за програмата и од членството до активно ангажирање и изменето однесување. Третиот фактор е - понудете на клиентите награди и денес и утре. Клучната точка е дека клиентите сакаат пристап до повеќе видови на бенефиции. Тие сакаат да се чувствуваат како некоја програма работи за нив на краток рок, а исто така очекуваат придобивки и на долг рок. Четврто, програмите за лојалност треба да бидат лесни за разбирање и употреба. Во нивните напори да ги подобрат програмите за лојалност, компаниите додаваат иновативни нови функции, но премногу новитети насочени кон клиентите, особено наеднаш, можат да бидат збунувачки. Компаниите треба да постигнат рамнотежа преку одржување на програмите за лојалност релевантни за потребите на нивните клиенти, а да бидат достапни и лесни за користење. Во нашето истражување опфатени се програмите за лојалност на социјалните мрежи. Истражуван е нивниот пристап и искуства, анализирани се наведените четири детерминанти за успешност на програмите за лојалност и на крајот се предлагаат препораки за ниво подобрување.

Клучни зборови: социјални мрежи, програми за лојалност, Република Македонија

1. ВОВЕД

Во литературата помеѓу авторите постои сè поголем консензус дека користењето на социјалните медиуми во секојдневниот живот на потрошувачите има значително влијание во процесот на носењето на одлуки за купување на одредени производи или користење на одредена услуга а со тоа и зголемување на лојалноста кон еден бренд (Heidemann et al., 2012), (Chaffey, 2008). Компаниите што ги користат овие видови на канали за комуникација со потрошувачите треба да знаат дека можат да влијаат преку нив со нивните програми за лојалност и тоа влијание се разликува во зависност од тоа во која од фазите на носење одлука за купување се наоѓа потрошувачот. Појавата на Веб 2.0 и Веб 3.0 се смета како една од позначајните еволуции во полето на информатичките и на комуникациските технологија (ИКТ) (Atzori, 2012). Ваквиот напредок постигнат во светот на е-трговијата им овозможуваа на компаниите да собираат повеќе податоци за нивните потрошувачи, сè со цел подобро да се задоволат нивните потреби. Истражувањето, спроведено од Мекинзи компанијата во 2011, покажува дека компаниите комуницираат со нивните потрошувачи, генерираат значителни податоци или информации кои понатаму ги користат во процесот на задоволување на потребите на потрошувачите. Социјалните медиуми, паметните телефони и другите уреди им овозможуваат на потрошувачите од целиот свет да придонесат во креирањето и во споделувањето на податоци или информации (McKinsey&Company 2011).

Спротивно на традиционалните медиуми, социјалните медиуми во голема мера ја променија врската помеѓу потрошувачите и компаниите, овозможувајќи двонасочна интеракција (Hoyer, MacInnis, 2010). Овој начин на комуникација разви нов правец во маркетингот наречен *Маркетинг на социјалните медиуми* (Morgan, 2013). Според Морган, *Маркетинг на социјалните медиуми* се однесува на алатки и практики кои им овозможуваат на компаниите да ги идентификуваат, анализираат, но и да поттикнат интеракција помеѓу потрошувачите. Спротивно на традиционалните медиуми, социјалните медиуми нудат повеќе можности за компаниите да допрат до потрошувачите и да комуницираат со нив. Развивањето на социјалните медиуми го менува традиционалниот начин на маркетинг, а со тоа и влијанието на компаниите врз потрошувачите, каде

што денес потрошувачите се тие коишто имаат поголемо влијание врз публиката и ја создаваат големата слика за компанијата (Jaffe, 2010). Токму социјалните медиуми им овозможуваат на потрошувачите да споделуваат содржини, идеи, да споделуваат мислење за одредена компанија, производ или услуга, да ги оценуваат компаниите и да ги шират нивните позитивни и негативни искуства. Потрошувачите имаат пристап до различни видови на социјални медиуми, платформи и алатки, со различни карактеристики кои им овозможуваат да комуницираат помеѓу себе. Според Саго (2010), социјалните медиуми имаат значително влијание врз начинот на тоа како се споделуваат информациите, споредено со минатото. Овде особено се истакнува значењето на програмите за лојалност и нивното користење на социјалните мрежи заради неколку причини: степенот на користење, степенот на активност на корисниците како и степенот на прифаќање на информациите. Заради начинот на кои функционираат социјалните медиуми овозможуваат фундаментална промена во начинот на комуницирање помеѓу потрошувачите и компаниите. Во суштина, компаниите треба да го разберат влијанието на социјалните медиуми врз одлуките на потрошувачите и да ги фокусираат нивните активности на нив, со цел да ги задоволат нивните потреби, а овде особено до израз доаѓаат програмите за лојалност. Програмите за лојалност што имаат најдобри перформанси покажуваат највисока успешност кај менување на однесувањето на потрошувачите и имаат брендови што се преферирани најмногу од страна на купувачите. Во литературата, а базирано на обемни истражувања идентификувани се фактори кои се значајни за тоа колку се успешни програмите за лојалност. Од друга страна многу е значајна и фазата во процесот на одлучување за купување во која се наоѓа потрошувачот, со цел да се имплементира некој од погоре споменатите фактори кои ја детерминираат успешност на една програма за лојалност.

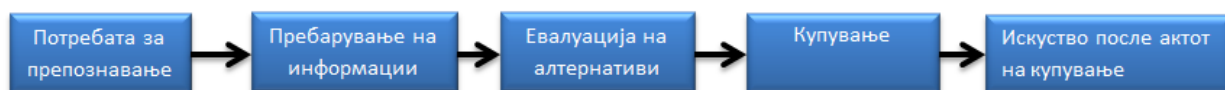
2. ПРОГРАМИТЕ ЗА ЛОЈАНОСТ И ТЕОРИИТЕ ЗА ПРОЦЕСОТ НА ОДЛУЧУВАЊЕ

Во литературата помеѓу авторите постои сè поголем консензус дека постојат четири значајни фактори за успешноста на програмите на лојалност, и тоа: прилагодување на придобивките на програма за лојалност и кон "умот" и кон "срцето" на потрошувачите; инка/тунел на лојалност; награди за клиентот и денес и утре и лесно разбирливи програми за лојалност.

Првиот фактор - приладете ги придобивките на вашата програма за лојалност и кон "умот" и кон "срцето" на потрошувачите е насочен кон тоа клиентите да се чувствуваат посебно и препознатливи. Вториот фактор се однесува на успешно обраќање кон сите кластери на клиенти од т.н. инка на лојалност. Сите клиенти спаѓаат во една од четирите нивоа по должината на инката на лојалност, а програмите со највисоки перформанси целосно го опфаќаат секое ниво, од свеста за програмата и од членството до активно ангажирање и изменето однесување. Третиот фактор - понудете на клиентите награди и денес и утре, е насочен кон клучната точка дека клиентите сакаат пристап до повеќе видови на бенефиции. Тие сакаат да знаат како некоја програма работи за нив на краток рок, а исто така очекуваат придобивки и на долг рок. Последниот фактор се однесува на тоа дека програмите за лојалност треба да бидат лесни за разбирање и употреба. Во нивните напори да ги подобрат програмите за лојалност, компаниите додаваат иновативни нови функции, но премногу новитети насочени кон клиентите, особено наеднаш, можат да бидат збунувачки.

Од друга страна различни теории и модели се обидуваат да дадат објаснувања и одговори, поврзани со однесувањето на потрошувачите и нивните одлуки при купување. Енгел, Колат и Блэквел во 1978 година развија модел кој е еден од најкористените и кој ги објаснува фазите на одлучувањето на потрошувачите. Овој модел брои 5 фази или чекори (види слика 1) и тие се: првата фаза е „Препознавање на потребите и мотивацијата“, втората фаза е „Пребарување на информации“, третата фаза „Евалуација на алтернативи“, четвртата фаза „Одлука за купување“ и петтата, последна фаза е „Однесувањето или искуството на потрошувачите по извршувањето на актот на купување“. Овој модел е дизајниран за да го објасни знаењето што го добиваат купувачите коишто поминуваат низ овие фази. Купувачите собираат информации од различни извори кои влијаат врз првата фаза, односно врз фазата „Препознавање на потребите.“

Слика 1. Фази на моделот на одлучување.



Хауард и Сет поставија уште еден модел кои го прикажува патот на одлучување на потрошувачите и, за разлика од претходниот модел кои брои 5 фази или чекори, овој модел е составен од 3 фази низ кои купувачите се изложени кога сакаат да донесат одлука за купување на производ или услуга. Првата фаза се нарекува „Решавање на проблемот“, тука купувачите се соочуваат со мала или со никаква количина на информации, потребни за одлучување; исто така тие се соочуваат со нејасни критериуми кои можат да им користат за избирање помеѓу производи и услуги. Во оваа фаза купувачите немаат информации за производите или за услугите и мораат да пребаруваат информации за производите и за услугите за кои тие се заинтересирани. Втората фаза се нарекува „Ограничено решавање на проблемите“, каде што купувачите веќе имаат одредена количина на информации и успеале со тие информации да ги дефинираат нивните критериуми коишто би им помогнале во нивното одлучување, меѓутоа сепак и во оваа фаза тие се соочуваат со нејаснотии за тоа кој бренд да го изберат. Последната фаза се нарекува „Рутиниран одговор на однесување“, каде што купувачите имаат доволно информации за однесување на одлука за купување на одреден производ или услуга откако ги процениле сите можни алтернативи. Но и покрај овие теории и модели коишто се презентирани и разликите помеѓу различните модели, најчесто е користен моделот со 5-те фази кои беа претходно наведени, односно: потребата за препознавање, пребарување на информации, евалуација на алтернативи, одлука за купување и однесувањето или искуството на купувачите по извршување на актот на купување.

Според истражувањата на Мекензи (2018) последната фаза од процесот на носење одлука за купување е најтесно поврзана со лојалност на еден потрошувач кон одреден бренд. Комуницирањето на четирите различни фактори за успешно имплементирање на програмите за лојалност е од особена важност да се имплементира и комуницира во првите четири фази од процесот на одлучувањето. Социјалните мрежи како еден од каналите на комуникација кои им стојат на располагање на компаниите се особено значајни во имплементацијата на различни фактори за успех на програмите за лојалност. Со информациите кои им се на располагање на компаниите, можат многу лесно да одредат и дефинираат во која фаза од процесот на одлучување се наоѓа некој од потрошувачите на социјалните мрежи.

3. ЕМПИРИСКО ИСТРАЖУВАЊЕ ЗА ВЛИЈАНИЕТО ПРОГРАМИТЕ ЗА ЛОЈАНОСТ ВО ПРОЦЕСОТ НА ОДЛУЧУВАЊЕ НА КУПУВАЧИТЕ НА СОЦИЈАЛНИТЕ МРЕЖИ

Имајќи го предвид фактот дека однесувањето на потрошувачите претставува широка тематика, но и посебна дисциплина и област, којашто бара време и ресурси за да се анализира секој аспект на однесувањето на потрошувачите, фокусот на ова истражување е стеснет само на анализирање на влијанието на програмите за лојалност на социјалните медиуми врз однесувањето на потрошувачите при купување. Целта во овој труд е да се одговори на прашањата зошто, каде и како програмите за лојалност на социјалните медиуми влијаат врз одлуките на потрошувачите. Оваа истражување треба да даде одговор на прашањето „Како влијанието на програмите за лојалност на социјалните медиуми врз потрошувачите се разликува според различните фази на моделот на одлучување?“ Целта на истражувањето е да се открие како во различните фази во процесот на одлучување на потрошувачите при купување е влијанието на програмите за лојалност на социјалните медиуми. Имајќи го предвид фактот дека темата којашто се обработува во овој труд може да има сосема различен аутпут во различни земји во светот, фокусот ќе биде само на потрошувачите во Република Македонија.

АНАЛИЗА НА РЕЗУЛТАТИТЕ

Бројот на испитаници коишто ја пополниле анкетата е 150. Од испитаниците коишто одговориле на анкетата 56.7% се од машки пол, додека, пак, 43.3% се од женски пол, во однос на возрастната структура 80% од испитаниците се на возраст од 18 до 25 години.

Според анкетата, 90.7% следат брендови на социјалните медиуми, додека, пак, само 9.3% не следат брендови на социјалните медиуми. Времето коешто го поминуваат на социјалните медиуми во просек изнесува: 56% од испитаниците во просек поминуваат повеќе од 7 часа дневно на социјалните медиуми, односно, 16.7% од испитаниците поминуваат од 7 до 9 часа дневно, додека, пак, 39.3% поминуваат повеќе од 10 часа дневно на социјалните медиуми. Најголемата причина поради која ги користат социјалните медиуми е да контактираат или да комуницираат со пријателите или со другите корисници на социјалните медиуми (84.7%), за да ги споделуваат нивните интереси или искуства (50.7%), за разгледување на видеа и

слушање музика (59.3%), да споделуваат документи или фајлови (48%), додека, пак, 51.3% ги користат социјалните медиуми за да пребаруваат информации за производи или услуги и 19.3% ги користат социјалните медиуми за да запознаваат нови луѓе/пријатели. Според резултатите на анкетата од вкупниот број на добиени одговори, 136 одговориле дека ги следат брендovите на социјалните медиуми, односно 90.7%, додека, пак, 9.3% не ги следат брендovите на социјалните медиуми. Причини зошто потрошувачите ги следат брендovите/компаниите на социјалните медиуми. 52% се изјасниле дека причината зошто ги следат брендovите/компаниите на социјалните медиуми е да прочитат коментари и критики, додека, пак, 59.3% од потрошувачите следат брендovи/компаниии за да добиваат нови информации за производи или услуги, 54% следат брендovи или компании, бидејќи се љубители на одреден бренд, 29.3% следат брендovи од причина што се актуелни потрошувачи на брендот, додека, пак, само 12.7% ги следат за да комуницираат со компаниите. Од овде може да извлечеме заклучок дека на социјалните мрежи многу е значајно правилно да се имплементираат четирите фактори за успех на програмите за лојалност, бидејќи потрошувачите очекуваат да влезат во интеракција со своите омиленни брендovи, а со тоа и да ползуваат некоја од програмите за лојалност.

Во делот на препознавање на потребите на потрошувачите се прашањето за какви видови на производи или услуги би купувале поради програмите за лојалност на социјалните медиуми. Така, 49.3% одговориле дека тоа би било за облека и обувки, 42.7% одговориле дека тоа би било за забавни настани, 42% се изјасниле дека тоа би било за одредено патување, 38.7% одговориле за електроника, 27.3% за спортски настани, додека, пак, доколку забележат активности на пријателите или на другите корисници за автомобили, 14.7% одговориле дека би биле заинтересирани да купуваат ваков вид на производ и како најмалку заинтересиран вид на производ за нив се апаратите за домаќинство. Понатаму, 43.3% одговориле дека најверојатно би купувале производи или услуги на компании кои ги следат на социјалните медиуми заради нивните програми за лојалност, додека, пак, 43.3% се неутрални и 13.3% одговориле дека најверојатно не би купувале производи заради програмите на лојалност. Според резултатите од анкетата, 49.3% имаат однапред формиран став (позитивен или негативен) во однос на одредени производи, услуги или брендovи пред да ја донесат нивната финална одлука за купување, 8.7% одговориле дека ретко имаат однапред формиран став во однос на одредени производи или услуги, но тоа што е интересно во одговорите на ова прашање е тоа дека нема ниту еден испитаник кој одговорил дека никогаш нема однапред формиран став за одреден производ или услуга. Понатаму, 60% одговориле дека причините или факторите за да имаат однапред формиран став за одреден производ или услуга е познавањето на брендот или на компанијата, за 56% тоа е репутацијата на брендот, 55.3% одговориле дека претходното искуство е факторот за да имаат одреден став, 50.7% ги посочуваат како фактор информациите програмите за лојалност. Интересен е фактот дека 34.7% ги посочуваат социјалните медиуми како одговорни за успешно користење на програмите за лојалност, наспроти 20.7% кои одговориле дека информациите за програмите за лојалност од другите медиуми имаат влијание дали ќе го користат производот или не.

Кога станува збор за однесувањето/искуството по извршувањето на актот на купување на социјалните медиуми

според резултатите, програмите за лојалност на социјалните медиуми најмногу влијание имаат во првата фазата, односно во процесот на пребарување на информации, втора по ред е фазата на донесување на одлука, фазата на евалуација на алтернативи е трета, додека четврта и петта фаза каде програмите за лојалност на социјалните медиуми имале најмалку влијание е фазата на препознавање на потребите и фазата на искуството по купувањето.

4. ЗАКЛУЧОК

[1] Напредокот на технологијата, особено во последните две децении, овозможи појава на нови медиуми, т.н. социјални медиуми. Социјалните медиуми секоја година стануваат сè позначајни за потрошувачите, но и за компаниите со можностите што тие ги нудат. Како што се зголемува бројот на луѓето кои ги користат овие медиуми, така секоја година се развиваат и се појавуваат нови платформи или алатки на социјални медиуми кои овозможуваат нови начини на поврзување, комуницирање, итн. Појавата на овие медиуми овозможи двонасочна комуникација меѓу потрошувачите и компаниите.

Емпириското истражување беше формулирано за да се анализира поврзаност на однесувањето на потрошувачите во Република Македонија и да се објасни влијанието на програмите за лојалност на социјалните медиуми врз потрошувачите во различните фази на одлучување.

Резултатите од ова истражување покажуваат дека влијанието на програмите за лојалност на социјалните медиуми се разликува според фазите на одлучување, односно процесот на одлучување на потрошувачите. Презентираните резултати покажуваат дека програмите за лојалност на социјалните медиуми имаат поголемо влијание во почетните фази на моделот на одлучување, додека влијанието се намалува во последните фази на моделот на одлучување. Во првата фаза, препознавање на потребите, резултатите покажуваат дека програмите за лојалност на социјалните медиуми имаат значајна улога, исто така и следењето на брендови или компании на социјалните медиуми им овозможува на потрошувачите да ги препознаваат нивните потреби.

Понатаму, се покажа дека социјалните медиуми имаат влијание врз фазата на пребарување на информации, но, сепак, ова влијание се разликува според видовите и формите на социјални медиуми кои ги користат потрошувачите, но исто така се разликува и според категориите на производи или услуги.

Според добиените резултати, влијанието на програмите за лојалност на социјалните медиуми во донесувањето на одлуките за купување е со помал интензитет за разлика од претходните фази, што е и за очекување, имајќи предвид дека во оваа фаза за очекување е да имаме лојални потрошувачи.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] L. Atzori, A. Iera, G. Morabito, M. Nitti, The Social Internet of Things (SIoT) – When social networks meet the Internet of Things: Concept, architecture and network characterization. *Comput. Netw.* 56, 2012, pp. 3594–3608.
- [2] D. Chaffey, 2008. *Internet marketing*. Financial Times Prentice Hall, Harlow, 2008
- [3] J. Heidemann, M. Klier, F. Probst, Online social networks: A survey of a global phenomenon. *Comput. Netw.* 56, pp. 3866–3878. doi:10.1016/j.comnet.08.0092012
- [4] W.D. Hoyer, D.J. MacInnis, *Consumer Behavior*. 5th edn. London: South-Western Cengage Learning, 2010
- [5] J. Jaffe, *Flip the funnel: how to use existing customers to gain new ones*. Hoboken, 2010
- [6] P. Kotler, K.L. Keller, *Marketing management*, 14th ed. Pearson (2011)
- [7] J. Manyika, M. Chui, B. Brown, J. Bughin, R. Dobbs, C. Roxburgh, A.H. Byers, *Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity*. McKinsey Global Institute, 2011.
- [8] McKinsey & Company (2010). 'A new way to measure word-of-mouth marketing' <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/a-new-way-to-measure-word-of-mouth-marketing>
- [9] McKinsey & Company (2011) 'What marketers say about working online' <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/what-marketers-say-about-working-online-mckinsey-global-survey-results>
- [10] J. Morgan, What Is Social CRM? <http://www.socialmediaexaminer.com/what-is-social-crm/>
- [11] C. Parker, *301 ways to use social media to boost your marketing*. New York, NY: McGraw-Hill, 2011
- [12] B. Sago, 'The Influence of Social Media Messages Sources on Millennial Generation Consumers'. *International Journal of Integrated Marketing Communication*, 2, pp. 7-18 (2010).
- [13] M. Saunders, P. Lewis, A. Thornhill, A. *Research Methods for Business Students*. Fifth Edition. England: Pearson Education Limited, 2009.

GLOBAL IMPACT OF E-COMMERCE ON SOCIETY

Maja Kochoska

BAS Institute of management, Macedonia, maja.kocoska@gmail.com

Dijana Ivanovska Przo

BAS Institute of management, Macedonia, dijanadamevska@yahoo.com

Abstract: E-commerce is a new channel within the traditional trade supported by information-based computer technologies, and enables transactions between sellers and buyers on electronic platform. World Wide Web is the most widely used e-commerce platform, but many technologies are developing on a daily basis.

E-commerce is no longer a choice but a need. The transition from traditional to e-commerce completely transforms the behavior of companies and end-users. Globally connect, enable cost savings and increase delivery speed. It influences the overall process of globalization, the transfer of knowledge and the development of information technologies and innovations. In addition, it plays an important role in the progress of marketing and job creation.

The advantages of e-commerce are numerous, and users can make transactions 24 hours, 7 days a week with ongoing online support. In this way, companies continuously monitor their satisfaction and loyalty.

E-commerce is not limited to transactions between businesses and consumers, but also helps companies to make contacts and cooperation each other all over the world. Advanced logistics support and transport opportunities, enables significantly revenue increases. From day to day, the number of new customers and new markets increases without significant investments. Reduced costs represent a good basis for greater competitive advantage and better positioning on the market.

The aim of this paper is to show the growth of e-commerce and its impact on productivity, efficiency, job creation, and the overall economic growth of the country. In addition, it will show the state of electronic commerce in the Republic of Macedonia, the barriers and challenges that exist, as well as the conditions for developing a national strategy for the development of electronic commerce. This analysis will enable companies to see the real state of electronic commerce in the Republic of Macedonia, to be part in online sales and take advantages of all the positive aspects that it offers.

Keywords: e-commerce, economic growth, productivity, competitiveness

ВЛИЈАНИЕТО НА Е-ТРГОВИЈАТА ВО ОПШТЕСТВОТО

Маја Кочоска

БАС Институт за менаџмент, maja.kocoska@gmail.com

Дијана Ивановска Пржо

БАС Институт за менаџмент, dijanadamevska@yahoo.com

Резиме: Е-трговијата претставува нов канал во рамките на традиционалната трговија која се развива со помош на информатички компјутерски технологии, а овозможува трансакции помеѓу продавачите и купувачите со посредство на електронска платформа. World Wide Web е најчесто користена платформа за електронска трговија, но секојдневно се развиваат многубројни технологии.

Е-трговијата веќе не е избор туку потреба. Преминот од традиционална кон е-трговија целосно го трансформира однесувањето на компаниите и крајните корисници. Глобално ги поврза, овозможи намалување на трошоците и ја зголеми брзината на испорака. Влијае на целокупниот процес на глобализација, пренесување на знаењето и развојот на информатичките технологии и иновации. Освен тоа, игра значајна улога во напредокот на маркетингот и креирање на работни места.

Предностите на е-трговијата се многубројни, а корисниците може да ги прават трансакциите 24 часа, 7 дена во неделата со постојана онлајн поддршка. На ваков начин компаниите постојано го следат нивното задоволство и лојалност.

Е-трговијата не е ограничена само на трансакции помеѓу компаниите т.е. бизнисите и корисниците (business to consumers) туку им помага и на компаниите (business to business) меѓу себе да воспоставуваат контакти и соработка независно од тоа во кој дел на светот се наоѓаат. Благодарение на напреднатата логистичка

поддршка и транспортните можности, приходите значително се зголемуваат. Од дена на ден се зголемува бројот на нови корисници и нови пазари без значајни инвестиции. Намалените трошоци претставуваат добра основа за поголема конкурентска предност и подобро позиционирање на пазарот.

Целта на овој труд е да го покаже растот на електронската трговија и нејзиното влијание на продуктивноста, ефикасноста, креирањето на работни места како и целокупниот економски раст на земјата. Покрај тоа, ќе ја покаже состојбата на електронската трговија во Република Македонија, бариерите и предизвиците кои постојат, како и условите за развој на национална стратегија за развој на електронска трговија. Ваквата анализа ќе им овозможи на компаниите да ја согледаат реалната состојба на електронската трговија во Р. Македонија, да се вклучат во онлајн продажбата и да ги искористат сите позитивни аспекти кои ги нуди истата.

Клучни зборови: е-трговија, економски раст, продуктивност, конкурентност

1. ВОВЕД

Современите бизнис организации на глобалните пазари својот фокус го ставија на интеграција на информатичката и комуникациската технологија која нуди размена на информации без просторни ограничувања. Развојот на интернетот овозможи нов начин на работење при дизајнирање на внатрешните процеси и спроведување на трансакциите.

Поимот електронска трговија самиот во себе содржи два поима, и тоа: „електронска“ кој го покажува медиумот низ кој се одвива трансакцијата и „трговија“ или самата трансакција која се врши. Ваквиот вид на трговија исклучува физички контакт помеѓу учесниците, а трансакцијата ја врши со посредство на електронско средство, без разлика на тоа дали се работи за трансакција на производи во материјална форма или во нематеријална форма. Како алтернативни поими за е-трговија се сретнуваат и: е-купување, интернет купување, онлајн продавници, виртуелни продавници, веб продавници и други.

Од нејзината појава уште од 70-тите година на 20тиот век па се до денес таа претрпела огромни трансформации. Со појавата на WWW како глобална компјутерска мрежа започнал посериозно развојот на е-трговијата и низ годините евидентни се промените од аспект на нејзиното ширење и прифаќање од страна на корисниците широм светот, а веќе во 2000-та година голем број на европски и американски компании почнале да ги нудат и продаваат своите производи и услуги преку интернет. Според податоците на Statista која ја следи глобалната онлајн малопродажба, во 2017 година таа достигнала вредност од 2.3 трилиони долари, а се очекува приходите да пораснат на 4.88 трилиони долари до 2021 година. Најголемиот приход е остварен од страна на најдобрите топ 3 онлајн продавници, и тоа: amazon.com, apple.com и Walmart.com. кои заземаат 9% од пазарот.

Ваквите податоци го потврдуваат брзото ширење и прифаќање на овој вид тргување и револуционерните промени во навиките и однесувањето на потрошувачите кои комплетно го променија начинот на тргување.

2. ЕЛЕКТРОНСКА ТРГОВИЈА – ПРЕДНОСТИ, НЕДОСТАТОЦИ И МОДЕЛИ

Секојдневно се зголемува бројот на модерни бизнис организации кои активно работат на глобалните пазари и во своето работење веќе ја интегрираа информатичката и комуникациската технологија. Потребата од модернизирање на трговијата всушност е предизвикана од брзиот развој на интернетот, промената во потрошувачките навиките како и процесот на глобализација кој наметна нови правила во комуникацијата, работата и воопшто во целокупното живеење на секој поединец.

Како феномен кој се појави во 90-тите години на минатиот век, електронската трговија низ годините претрпе големи трансформации, а денес е еден од главните извори за раст на економијата, пазарот и целокупниот животен стандард на секое општество. Во исто време предизвика радикални промени во самиот процес на размена. Некои промени ја олеснија, а некои ја ограничија трговијата. Преку содржински и персонализирани пораки многу лесно може да се допре до посакуваната публика. Од друга страна, брзиот проток на информации овозможува подобро сегментирање на пазарот, диференцирање на понудата и 24 часа поддршка на сите корисници. Понатаму, е-трговијата предизвика индиректни влијанија и врз развојот на индустријата за производство на компјутери, мрежна опрема, софтвери и друга опрема неопходна за нејзин развој. Работењето стана поефикасно и пофлексибилно, исто и соработката со снабдувачите и дистрибутерите, намалување на трошоците, подобрување на веригата за набавка, побогата понуда, помала сообраќајна гужва, а со тоа поголеми бенефити врз целото општество и животниот стандард на населението.

Како клучни придобивки на е-трговијата се издвојуваат:

- Достапност 24 часа – компаниите може да ги продаваат своите производи во било кое време во текот на денот и ноќта, 365 дена во годината, насекаде низ целиот свет. На ваков начин компаниите постојано го следат задоволство и лојалност на корисниците;
- Намалување на трошоците – онлајн купувањето овозможува заштеда на трошоци за транспорт, режиски трошоци, плати за вработени и други дополнителни трошоци кои се неопходни во процесот на традиционално работење;
- Глобален пазар – информациите кои се нудат од страна на компаниите, а се поврзани со нивните производи, услуги и начини на работење се достапни на потрошувачите ширум светот, без разлика на кој дел од Земјината топка се наоѓаат. На ваков начин потрошувачите можат да си ја зачуваат својата удобност при разгледување на разни понуди и да ја избегнат гужвата во сообраќајот и пазарењето;
- Лесно споредување на цени – секој производ или услуга кој се нуди од страна на компаниите си има поставено цена и перформанси. Оттука, целата понуда е транспарентна и потрошувачите многу брзо и едноставно може да направат споредба по сите основи и да се одлучат за онаа алтернатива која најмногу одговара на нивните барања. Од друга страна, освен што се олеснува купувањето, во исто време се заштедуваат трошоци и време.
- Враќање на производите – ова е многу важен елемент кај е-трговијата бидејќи кај ваков вид трансакции секогаш треба да се провери дали постои опција за враќање на производите т.е. дали тоа е во рамките на политиката на самата компанија. Оти ако не е тоа нагласено тогаш многу прашања остануваат не одговорени, како на пример: Кој ги снесува трошоците за враќање на производот? Или Дали ќе бидат рефундирани средствата? И слично.

И покрај сите придобивки кои ги носи, е-трговијата се уште предизвикува сомнеж кај голем број потрошувачи поради недостаток од целосна доверба за навремена испорака и заштита од евентуална измама. Исто така, се уште не може да се утврди гаранција за квалитетот кој се нуди бидејќи штетата може да настане во текот на транспортот или пак производот видно да се разликува со оној кој е понуден на веб страната. Лажните веб страни кои преку ноќ се појавуваат и исчезнуваат се уште се огромна закана за развојот на е-трговијата и една од бариерите кои не дозволуваат да се подигне свеста и навиките за онлајн купување.

Секој е-бизнис мора да има развиено соодветен бизнис модел преку кој организацијата ќе создаде вредност за своите производи и услуги, успешно ќе ги дистрибуира до крајните корисници и ќе оствари профит. Како најчесто користени модели на е-трговијата се: бизнис кон бизнис, бизнис кон потрошувач, потрошувач кон потрошувач, трговија во рамки на компанија и е-влада. Статистиката покажува дека бизнис кон бизнис или B2B трговијата остварува приход од 85% од вкупната е-трговија во однос со останатите модели, иако процентот на компании кои тргуваат преку интернет е помал од процентот на поединци кои купуваат преку интернет. Всушност станува збор за модел кој им овозможува на компаниите да вршат трансакции со сите партнери по електронски пат.

Бизнис кон потрошувач или B2C е модел кој овозможува вршење на трансакција помеѓу компанијата и купувачот. Овој вид на е-трговија најчесто се одвива во малопродажбата со посредство на веб страна на компанијата и овозможува огромни заштеди во споредба со класичната трговија во физички продавници. За разлика од B2B моделот кој вклучува преговарање меѓу компаниите за цените, роковите за испорака, гаранцијата, техничката поддршка и слично, B2C моделот е доста поедноставен и подразбира продажба по каталог со однапред утврдени цени.

Потрошувач кон потрошувач или C2C е најнов иновативен модел на електронска трговија кој овозможува интеракција помеѓу поединците со посредство на компанија која нуди платформа за спроведување на трансакцијата. Овој модел на тргување им овозможува на корисниците директно да комуницираат меѓу себе без вклучување на посредник. На ваков начин се постигнува поголема ефикасност во целата трансакција.

Интра трговијата најчесто се одвива во оние компании кои користат интранет и корпоративски портали и овозможува трансакции помеѓу различни деловни единици во самата компанија.

Е-влада е глобален тренд кој нуди примена на ИКТ како алатка или олеснувач во процесот на зголемување на квалитетот на интеракција помеѓу јавната администрација и корисниците на нејзините услуги. Поконкретно, е-влада е модел кој бара користење на ИКТ од страна на државата заради зголемување на

обемот и квалитетот на информации и услуги кои државата ги нуди на граѓаните, деловните субјекти, невладиниот сектор и други државни органи, доставени на економичен и достапен начин преку обезбедување на одговорно и транспарентно работење и зајакнување на демократските процеси. Овој модел е од исклучително значење за процесот на модернизација на секое општество како во развиените така и во земјите во развој. Воведувањето на информатички и комуникациски технологии (ИКТ) во државната администрација е еден од клучните пристапи во спроведување на реформи во државната администрација на секоја земја. Секоја модерна држава располага со голем број на информации од јавен карактер и затоа мора да најде начин како тие ќе бидат дистрибуирани до различни категории во јавноста на ефикасен и сигурен начин со користење на достапни модерни информатички технологии, а со тоа таа е и најголем корисник на ИКТ.

3. ЧЕКОРИТЕ НА УСПЕШНАТА ПРОМЕНА

Сепак, постојат неколку предуслови кои мора да бидат исполнети и ќе овозможат развој на е-трговијата. Како најзначајни се издвојуваат следниве:

- информатичко - комуникациски технологии,
- платежен систем,
- испорака и
- регулативна рамка.

Информатичко-комуникациски технологии или ИКТ е главен извор за реформи, модернизација и спроведување на иновации во секоја земја. Меѓутоа, брзината на нивна имплементација е различна низ земјите ширум светот, а како основен предуслов за тоа е интернет пенетрацијата и пристапот до интернет на населението и стопанските субјекти. Доколку направиме паралела на Р. Македонија со останатите земји во Европа, а особено со земјите членки на ЕУ може да се забележи значаен напредок во однос на развојот на модерен телекомуникациски пазар, но во однос на одредени индикатори се уште се забележуваат големи отстапувања.

Ако пристапот до интернет е предуслов број 1 за развој на е – трговија, првата анализа се темели на добивање податоци кои го покажуваат пристапот до интернет на поединци, домаќинства и бизниси. Според податоците на Еуростат во просек околу 87% од населението во земјите членки на ЕУ имаат пристап до интернет, со посебен акцент на развиените земји, како Норвешка, Луксембург, Данска и Германија каде пристапот до интернет е близу 100%. Во Република Македонија според податоците од Заводот за статистика за 2017 година покриеноста е повеќе од 70% и во споредба со минатите години се забележува значителен пораст.

Покрај пристапот до интернет, како значаен фактор се истакнува брзината и постојаноста на интернет пристапот. Употребата на DSL и кабелски модем во развиените земји е забележана уште од крајот на 90-тите години на минатиот век. Денес, постојат комерцијализирани широкопојасни мрежи со брзина од 1000 Mb/S и вакво поврзување имаат околу 75% од домаќинствата во ЕУ. Во Р. Македонија скоро 90% од домаќинствата кои имаат пристап до интернет во 2017 година користеле широкопојасно (фиксно и мобилно) поврзување на интернет. Во првото тромесечје од 2017 година, од вкупното население на возраст од 15 до 74 години, интернет користеле 74.5%, а 61.9% го користеле скоро секој ден. Од уредите кои овозможуваат пристап до интернет најчесто се користат мобилни и паметни телефони и тоа најмногу од лица на возраст помеѓу 15 и 24 години. Од лицата кои употребиле интернет скоро 25% купиле/нарачале производ или услуга по електронски пат во последните 12 месеци, а најголем процент направиле нарачки за облека или спортска опрема.

Од аспект на бизнисите, според Еуростат, скоро и да нема бизнис кој работи во земјите на ЕУ, а нема интернет пристап. И Р. Македонија во овој сегмент презема силни напори да го намали бројот на микро бизниси кои немаат интернет пристап. Според податоците на Државниот завод за статистика 91.2% од деловните субјекти со десет или повеќе вработени од јануари 2017 година воспоставиле широкопојасен пристап на интернет. Употреба на мобилна мрежа (3G/4G) имале 63%, а за деловна намена истата ја користеле близу 15%. Половина од бизнис корисниците на интернет имале кориснички профил, сметка или лиценца за користење на социјален медиум, како што се Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, алатки Wiki, Picassa и др. Исто така половина од корисниците имале веб страна, а 80% од нив обезбедиле опис на своите

производи и услуги на веб страната, ценовници, наведени линкови до нивните профили на социјалните медиуми, а само 21% обезбедиле онлајн нарачување.

Платежниот систем или Electronic Data Interchange е основа за вршење на електронско плаќање при онлајн трансакции. Кај ваквиот начин на плаќање најважна е безбедноста и едноставноста.

Како најдоминантна форма кај овие трансакции е плаќањето со кредитна картичка иако постојат и други начини на плаќање како што се електронските пари или пак е-паричникот.

Во Р. Македонија најчесто се користи платен систем базиран на сметка. Поради потребата од поголема безбедност плаќањето се врши и преку уплатница уплатена во банка или плаќање со самата испорака. Кога станува збор за електронско купување македонците се доста внимателни во тој поглед од повеќе аспекти, а меѓу нив се вбројува и стравот за безбедноста и сигурноста при вршење на ваков вид трансакции. Во однос на безбедноста „3D Secure“ технологијата е највисок меѓународен стандард за интернет заштита на Visa и MasterCard картичките и сите банки во Р. Македонија кои нудат е-трговија имаат имплементирано ваква безбедносна технологија. Таа овозможува проверка на автентичноста и идентитетот на корисникот на картичката при вршење на плаќањата. И покрај ова, потребно е да се влијае на подигнувањето на свеста кај македонските граѓани за безбедноста, брзината и едноставноста при вршење на електронски трансакции.

Според податоците на Светска банка повеќе од населението над 15 години поседува трансакциска сметка. Но, иако ова е значаен индикатор за развој на е-трговијата, сепак степенот на нивното користење ја дава вистинската слика. На ваков начин може да се согледаат навиките на потрошувачите за онлајн купување.

Примената на PayPal значајно го олеснува одвивањето на е-трговија во сите европски развиени земји. Во Р. Македонија се уште како единствен начин за трговија е поврзување со една од постоечките комерцијални банки кои работат со платежни картички. На ова поле во иднина мора да се работи поактивно бидејќи е-трговијата напредува кога корисниците можат своите плаќања да ги направат безбедно и лесно преку користење на банкарски и не банкарски оператори.

Испораката е исто така исклучително важен елемент во е-трговијата бидејќи удобноста при купувањето е една од основните придобивки при онлајн купувањето, а при тоа испораката да биде навремена и робата неоштетена. Компаниите кои овозможуваат електронско продавање на своите производи и услуги потребно е да обезбедат систем кој ќе ги испорачува пратките до местото каде престојува купувачот. Капацитетот на логистичките оператори се утврдува преку т.н. индекс на логистички перформанси – Logistic Performance Index кој им помага на земјите полесно да ги идентификуваат предизвиците и можностите со кои тие се соочуваат во трговијата на стоки и услуги и што можат да направат со цел да се подобрат перформансите. Индексот за 2018 година кој се утврдува врз претходно утврдена методологија, нуди можност за споредба на 160 земји во кои е спроведено истражување за 6 клучни димензии кои ја покажуваат способноста на земјата за испорака при е-трговија.

Логистиката има клучно значење за е-трговијата бидејќи влијае на намалување на трошоците, овозможува непречен тек на самата испорака, а во земјите во развој влијае на подобрување на целата инфраструктура во земјата, царината, меѓународните испораки и квалитетен логистички сервис. Овој индекс во развиените земји е за 48% повисок од земјите во развој. Земја која покажува најдобра ефикасност во процесот на испорака на производите внатре и надвор од границите на земјата е Германија чиј индекс е 4.20 на скала од 1 до 5. На второ место е Шведска со индекс од 4.05, потоа е Белгија (4.04), Австрија (4.03) и Јапонија (4.03). На последно место на листата е Авганистан со индекс од 1.95, а Македонија се наоѓа на 84 место со вредност на индексот од 2.70. Индија и Индонезија како земји кои се наоѓаат во категоријата земји со средно висок приход по глава на жител покажуваат солидни резултати за овие перформанси. Индексот е околу 3.15. Земјите кои покажуваат ниска вредност на индексот треба да работат на неколку индикатори како што се: царина, следење на пратката, логистички сервис и меѓународен транспорт. Како најголеми предизвици и трендови во овој сектор за 2018 година се истакнуваат потребата од добри менаџери во земјите во развој, а работници во развиените земји; воспоставување на „пријателска“ врска со природата поради фактот што 23% од емисијата на CO2 доаѓа од транспортот и во иднина треба да се размислува на примена на еколошки стандарди; и спремност да се зголеми кибер безбедноста за да може навреме да се реагира на кибер заканите.

Правната рамка на е-трговијата овозможува правно регулирање на деловните трансакции при електронско купување. Во 1996 година Комисијата на Обединетите Нации за меѓународно трговско право (UNCITRAL) донел модел на закон за електронска трговија со цел правно да се регулира електронската трговија. Овој

закон не исклучува ниту една комуникациска технологија и остава простор одредбите да се усогласуваат со понатамошниот технолошки развој. Покрај овој модел постојат и други проекти кои ги водат други организации и институции. Како исклучително важен документ е Конвенцијата на Обединетите нации за употреба на електронски комуникации во меѓународни договори со цел зголемување на правната сигурност. Во рамките на ЕУ постои легислативна активност која резултира со изготвување на неколку директиви меѓу кои Е-Commerce Директивата (јуни 2000), Директива за продажба на далечина, Директива за приватност и новата директива од мај 2016 година која ќе се применува од 2018 година.

Во Р. Македонија постои законска регулатива, а како најважни закони се: законот за електронска трговија од 2015 година, законот за трговија, законот за заштита на потрошувачите, закон за заштита на лични податоци, закон за електронски комуникации и кривичен законик.

4. ЗАКЛУЧОК

Електронската трговија во иднина се очекува да оствари голем економски ефект и да ја промени структурата на бизнисите. Енормната екстензија на дот.ком бизнисите и дадоа есенцијална компонента на е-трговијата и ја ставија во центарот на глобалната економија во 21-от век. Поради влијанието кое го има овој начин на тргување во земјите ширум светот, до 2021 година се очекува е-трговијата да оствари приход од околу 5 трилиони американски долари. Зголемената употреба на паметни телефони, таблети и интернет секојдневно ја зголемуваат можноста за развој на е-трговијата како во развиените така и во земјите во развој. Праксата покажува дека дури и помалите бизниси кои бараат физички контакт со корисниците, како што се пекари, салони за убавина, поликлиники и други бизниси, преку своите веб страни ги користат предностите на е-трговијата нудејќи разни производи кои се директно или индиректно поврзани со нивната основна дејност на работење.

Влијанието на е-трговијата се забележува кај потрошувачите, компаниите и општеството во целина. Самиот концепт на работење има за цел да ја зголеми конкуренцијата, да ја зголеми вредноста која ја добиваат потрошувачите, да ги намали трошоците на работење и да го зголеми изборот на понуда.

Подигнување на нивото на заштита на лични податоци и заштита од кражби се уште е еден од предизвиците на кои ќе се работи и во иднина со цел да се влијае врз навиките на потрошувачите за онлајн купување и да се подигне свеста за глобалниот бенефит од е-трговијата.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Barners Lee Tim, Weaving the web: The original design and ultimate destiny of the world wide web by its inventor, HarperCollins Publishers Inc. New York, 2000
- [2] Безовски Златко, Услови и перспективи на електронска трговија во Република Македонија, 2012
- [3] Лаудон кенет К., електронска трговија – бизнис, технологија, општество, скопје 2010
- [4] Barners S&Hunt B., 2001 E-commerce&V-business: Business models for global success, reed Educational and professional Publishing Ltd, UK
- [5] Ангеловска Нина, Ангеловска Јулиана, Извештај од анализата на е-трговијата во Р. Македонија, 2018, Асоцијација за е-трговија на македонија, АЕТМ, 2018, Скопје
- [6] Chissick Michael, Kelman Alistair, Electronic Commerce Law and Practise, 3rd edition, Sweet&Maxwell, London, 2002
- [7] Kambovski Igor, Development of electronic commerce, 4th International scientific conference: social change in the global world, Shtip, 2017, p. 285. 286
- [8] Novakovic J., Elektronsko poslovanje, Megatrend Univerzitet primenjenih nauka, Beograd, 2005
- [9] <https://lpi.worldbank.org/about>
- [10] <https://wb-lpi-media.s3.amazonaws.com/LPI%20Methodology.pdf>
- [11] <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>
- [12] <http://www.stat.gov.mk/>

SOCIAL MEDIA: NEW TOOL FOR PROMOTING THE HOSPITALITY FACILITIES IN THE TOURIST DESTINATION

Cvetanka Ristova

Faculty of tourism and business logistics, Goce Delchev University of Stip, Macedonia,

cvetanka.ristova@ugd.edu.mk

Tanja Angelkova Petkova

Faculty of tourism and business logistics, Goce Delchev University of Stip, Macedonia

tanja.angelkova@ugd.edu.mk

Abstract: Social media and their growing role in tourism are increasingly becoming a topic of research. From searching information for decision making, social media play an important role in many aspects, especially as a tool that hotel accommodation facilities can use to promote itself in the tourist destination. Social media today are increasingly used as a means of communication between individuals, and this with the emergence of social media disrupts the traditional model of services for tourists, especially in the hospitality industry. It's important to note that communications in the virtual world are very fast and news are spreading faster than in any form of communication on the Internet. It is no longer necessary for tourists to wait, to communicate physically so that they can understand the current situation of the hotel accommodation facility in the tourist destination. Social media being part of the digital technology that now connects tourists with the opinion and recommendations of millions of people, including friends on their social networks and common travelers with similar opinions that they never actually met. With most hotels being dependent on "word of mouth", which with the advent of social media has spread beyond from a limited group to the whole world, and good reviews from loyal guests, makes the social media a tool for marketing promotion and branding in the tourist destination and on the tourism market. The use of social media has become widespread, and tourists are constantly using social media to express satisfaction or frustration for their experiences, were based on their experience expresses on social media, other potential tourists will determine their travel plans for their holiday. Communicating with consumers is the key to business success. However, although this can be said for any business, this is particularly true within the hospitality industry. Hoteliers and hotel accommodation facilities should embrace the new ways in which tourists interact and be prepared for changes in tourist's behavior, they must not ignore the impact of this phenomenon in their business. By keeping up with social media development trends and developing a dynamic online presence, hotel accommodation facilities can quickly adapt, promote and gain the advantage of attracting tourists in the tourist destination.

Keywords: hotels, tourist destination, tourism, social media.

СОЦИЈАЛНИ МЕДИУМИ: НОВА АЛАТКА ЗА ПРОМОЦИЈА НА ХОТЕЛСКИТЕ СМЕСТУВАЧКИ КАПАЦИТЕТИ ВО ТУРИСТИЧКАТА ДЕСТИНАЦИЈА

Цветанка Ристова

Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип,

cvetanka.ristova@ugd.edu.mk

Тања Ангелкова Петкова

Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип,

tanja.angelkova@ugd.edu.mk

Резиме: Социјалните медиуми и нивната растечка улога во туризмот се повеќе се тема на истражување. Од пребарување на информации до донесување на одлуки, социјалните медиуми играат значајна улога во многу аспекти особено како модел што хотелските сместувачки капацитети може да го искористат во нивно промовирање во самата туристичка дестинација. Социјалните медиуми денеска се почесто се користат како средство за комуникација помеѓу поединците, и со тоа појавата на социјалните медиуми ги наруши традиционалните модели за услуги на туристите, особено за хотелската индустрија. Важно е да се напомене дека комуникациите во виртуелниот свет се многу брзи и вестите се шират побрзо отколку во било која

форма на комуникација на интернет. Веќе не е потребно за туристите да чекаат да комуницираат физички за да можат да ја разберат моменталната состојба на самиот хотелски сместувачки капацитет во туристичката дестинација. Така, социјалните медиуми се дел од дигиталната технологија што сега ги поврзува туристите со мислењата и препораките на милиони луѓе, вклучувајќи и пријатели на нивните социјални мрежи и заеднички патници со слично мислење кои всушност и никогаш не ги запознале. Со тоа што повеќето хотели се зависни од зборовите „уста на уста“ која со појавата на социјалните медиуми се прошири надвор од ограничена група кон целиот свет и добри критики од лојални гости, ги прави социјалните медиуми алатка за маркетинг промоција и брендирање во туристичката дестинација и на туристичкиот пазар. Употребата на социјалните медиуми стана широко распространета, а туристите постојано ги користат социјалните медиуми за да изразат задоволство или фрустрација за нивните искуства, каде токму врз база на нивно искуство изразено на социјалните медиуми, другите потенцијали туристи ќе ги одредуваат нивните планови за патување. Комуникацијата со потрошувачите е клучот за успех на бизнисот. Сепак, иако ова може да се каже за секој бизнис, ова е особено точно во рамките на хотелската индустрија. Хотелиерите и хотелските сместувачки капацитети треба да ги прифатат новите начини на кои туристите комуницираат и да бидат подготвени за промените во однесувањето на туристите, тие не смеат да го игнорираат влијанието на овој феномен во нивниот бизнис. Со тоа што ќе бидат во тек со трендовите на развивањето на социјалните медиуми и притоа и тие развијат динамично присуство на интернетот, хотелските сместувачки капацитети можат брзо да се прилагодат, промовираат и да постигнат предност во привлекување на туристи во туристичката дестинација.

Клучни зборови: хотели, туристичка дестинација, туризам, социјални медиуми.

1. ВОВЕД

Интернетот ја револуционизира комуникацијата, дозволувајќи им на поединците и организациите за надминување на географските и временските органичувања, што пак им овозможува на потрошувачите и компаниите да се поврзат низ целиот свет во секое време (Harries and Rae, 2009). Онлајн заедниците им овозможуваат на луѓето да се собираат заедно на интернет од различни причини, вклучувајќи пребарување и споделување на информации и дискусии за општи прашања (Wang and Fesenmaier, 2004). Со брзите промени во информатичката технологија, овие онлајн активности сега се вршат преку нова форма на комуникациска технологија позната како Web 2.0 или социјални медиуми (Gretzel et al, 2008). Терминот „социјални медиуми“ се однесува на широк спектар на интернет базирани и мобилни услуги кои му овозможуваат на корисникот да учествува во онлајн размена, допринесува во креирање на содржини или да се вклучува во заедници. Хотелските сместувачки капацитети може да ги користат социјалните медиуми за комуникација со туристите и препознавање на нивните потреби. Преку социјалните медиуми, хотелските сместувачки капацитети може да комуницираат со туристите пред, за време и после патувањето. Социјалните медиуми се алатка за промоција со големи предности, прифатливи, широко распространети и добиваат големо внимание.

2. ХОТЕЛИЕРСТВОТО И СОЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ

Социјалните медиуми имаат големо влијание врз сите сфери на нашиот живот. Хотелиерството не е исклучок. Често се потпираме на социјалните мрежи за да ги дознаеме новите понуди на хотелските сместувачки капацитети во одредена дестинација и го планираме нашето патување. Развојот на интернетот и социјалните медиуми им овозможи на туристите знаење, па така тие бараат исклучителна вредност за своите пари и време (Buhalis and Law, 2008). Туристите споделуваат нивните патни искуства и специјални моменти, нивните мислења за хотелот, нивната услуга, изледот и чистота на собата, храната и многу други услуги кои хотелот ги нуди. И покрај тоа што многумина од хотелските бизниси тврдат дека се премногу зафатени за да посветуваат внимание на социјалните медиуми, сето ова, докажува дека социјалните медиуми секако влијаат врз одлуките на потенцијалните туристи за нивните идни патувања. Оттука, се јавува и врската помеѓу хотелиерството и социјалните медиуми, имено, најдобриот чекор што хотелските сместувачки капацитети можат да го направат е да ги охрабруваат нивните сегашни и идни гости да споделуваат и споделуваат повторно. Бидејќи еден од најинтригантните аспекти на социјалните медиуми е вредноста што ја даваат туристите на мислењата и коментарите на другите туристи. Откако туристи ќе ги споделат своите позитивни мисли и искуства, од клучно значење е хотелските сместувачки капацитети да ги споделат со

својата публика. Секоја содржина може да биде преименувана и искористена како промоција за самиот сместувачки капацитети во дестинацијата, и притоа ги охрабри туристите да продолжат да споделуваат содржина. Не може да се негира дека платформите на социјалните медиуми се моќна алатка и нивното влијание во хотелиерството ќе се зголеми. Не прифаќањето и неприсвојувањето на нивното постојачно растечно влијание ќе влијае врз хотелските сместувачки капацитети и продолжувањето на користењето на веќе истрошените методи за промоција ќе доведат до негативно влијание врз бизнисот. Најкористени платформи за социјални медиуми за промоција на хотелските сместувачки капацитети во хотелската и туристичката индустрија се: Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Pinterest, Snapchat, Google, Google Street View, Flickr, Tencent, Weibo, Foursquare, Yelp и многу други android и smartphone апликации (Mukherjee, A. and Nagabhushanam, M. 2016).

3. ЗОШТО ХОТЕЛСКИТЕ СМЕСТУВАЧКИ КАПАЦИТЕТИ ТРЕБА ДА ГИ КОРИСТАТ СОЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ?

Хотелските сместувачки капацитети можат да бенефицираат многу од социјалните медиуми од многу различни причини, бидејќи со доаѓањето на паметните телефони, луѓето добија можност секогаш да се онлајн на социјалните мрежи. Корисниците најчесто ги користат паметните телефони за преглед на дневните содржини, читање на е-поштата и најмногу од се за преглед на Facebook, Twitter, Instagram и други мрежи на кои тие се активни. Неколкуче часа достапни на социјалните медиуми, пополека се претвараат во 24 часа достапност (Stojković, 2016). Потенцијалните гости и туристи на хотелските сместувачки капацитети денеска, се на социјалните мрежи. Учеството на социјалните мрежи им помага на хотелските сместувачки капацитети да ја зголемат нивната видливост (Aggarwal, 2010). Авторите на овој труд, одговорот на прашањето од насловот го поделуваат во четири групи:

1. *Големо таргетирање*: Од вториот квартал во 2018 година, Facebook имал 2,23 милијарди месечни активни корисници (Statista, 2018), корисници кои можат да бидат токму тие потенцијални туристи за одредениот хотелски сместувачки капацитет. Со социјалните медиуми, сместувачки капацитети можат да постават реклами со кои ќе таргетираат туристи преку години, пол, локација и други демографски податоци, доаѓајќи до одредениот турист кој одговара на понудата на хотелскиот сместувачки капацитет. Хотелските сместувачки капацитети со социјалните медиуми лесно доаѓаат и ја насочуваат промоцијата до целните туристи, што претставува голема предност во однос на класичните медиуми.

2. *Мерливост*: Со користењето на социјалните медиуми, хотелските сместувачки капацитети може да ги измерат нивните напори и да ги видат резултатите од нивните активности. Статистиката од социјалните медиуми нуди „тон информации“, но само од хотелскиот сместувачки капацитет зависи дали правилно ќе бидат искористени. На прашањето зошто треба хотелски сместувачки капацитети да ги користат социјалните медиуми наспроти класичните методи, се поставува прашањето „Дали откако ќе ја платите рекламата на телевизија ќе добиете извештај од нив, колку луѓе всушност ја виделе оваа реклама, и колку од нив се ваша целна група?“ (Stojković, 2016).

3. *Пристапност и ниски цени*: Социјалните медиуми се со ниска цена и имаат глобален дофат. Во споредба со традиционалното рекламирање кое честопати бара голем буџет, единствениот трошок кој сместувачките капацитети треба да го вложат е за промовирање преку платформите на социјалните медиуми и нивно одржување (Masterson and Tribby, 2008).

4. *Формирање и зајакнување на врските со гостите*: Откако еден хотелски бизнис креира профил на социјалните медиуми, ја има можноста да комуницира со туристите преку создавањето на содржини (O'Connor, 2010). Поврзувањето со туристите на социјалните медиуми може да биде една од најголемите придобивки за еден хотелски сместувачки капацитет. Доколку се испрати соодветна содржина што резонира со целната публика на сместувачкиот капацитет, тие може да видат дека сместувачкиот капацитет одговара на нивните барања и бидат поттикнати да резервираат во тој хотел. Сето ова, со креирањето на постојаната врска со веќе постоечките и потенцијалните туристи, може да доведе и до креирање и понуда на програми за лојалност.

4. ПРОМОЦИЈА НА ХОТЕЛСКИТЕ СМЕСТУВАЧКИ КАПАЦИТЕТИ НА СОЦИЈАЛНИТЕ МЕДИУМИ

Со промоцијата преку социјалните медиуми се има одредено влијание врз одлуката за купување на производи и услуги, или во случај на хотелската индустрија, да се резервира во одреден хотелски сместувачки капацитети во туристичка дестинација (Ristova and Angelkova Petkova, 2018). Најдобар начин на маркетинг е промоција на производите и услугите на хотелските сместувачки капацитети на социјалните медиуми (Zeng, 2013). Важноста на социјалните медиуми како алатка за промоција, продолжува да расте. Социјалните медиуми се клучна алатка во комуникација со гостите, алатка која влијае и во пребарувањата за хотелскиот сместувачки капацитет. Промоцијата на хотелските сместувачки капацитети на социјалните медиуми го опфаќа процесот да добивање на внимание и изложеност на бизнисот. Социјалните медиуми како промотивна алатка може да се појават во многу форми, почнувајќи од објавување и споделување на фотографии и видеа, до поврзување со надворешни страници или содржини до платени реклами. Авторите наведуваат неколку начини, на кои хотелските сместувачки капацитети може да се промовираат на социјалните медиуми за да стекнат предност во туристичката дестинација:

1. *Деловен профил*: Социјалните медиуми се одлични за градење и одржување на комуникацијата со туристите, како и споделување на информации кои можеби нема да можат да се најдат на друго место. Но, една од најчестите грешки на хотелиерите е што тие мислат дека штотугу имаат личен профил на социјалните мрежи, дека тие знаат како функционираат. Деловната употреба на социјалните мрежи во голема мера варира од користењето на социјалните мрежи за приватни цели (Stojković, 2016). Една од основните разлики која доаѓа од приватното и деловното користење на социјалните мрежи е начинот на кој хотелските сместувачки капацитети треба да пристапуваат до туристите. Тие неможат да си дозволат да бидат вовлечени во дискусија „Тој рече, таа рече“, ситуација што може само да му наштети на бизнисот како и да ги збуди следбениците на социјалните медиуми, но и сегашните и потенцијални туристи. Промоцијата на хотелските сместувачки капацитети на социјалните медиуми преку деловен профил, може да им отвори многу врати кои се резултираат со поврзување со лидери од други дејности во самата туристичка дестинација и многу други дополнителни специфичности.

2. *Двонасочна комуникација*: Со промоција на социјалните медиуми, хотелските сместувачки капацитети можат да постават двонасочна комуникација со туристите и потенцијалната целна група. Присуството на социјалните медиуми, не значи само еднострано објавување на информации и содржина од страна на хотелските сместувачки капацитети. Капацитетите треба да одговорат на сите прашања, пораки и коментари. Тие всушност треба да ги охрабруваат туристите да разговараат за нивните пофалби или критики на социјалните медиуми, бидејќи преку добро справување со проблемот, хотелските сместувачки капацитети ќе можат да ја стекнат довербата на нивните туристи, а со тоа и ја подобрат својата репутација на интернет и го рангираат нивниот бренд на врвот, достапен за сите потенцијални туристи. Важно е да се спомене, дека туристите очекуваат комуникација со хотелските сместувачки капацитети и бараат да се брзи, точни и корисни информации, токму карактеристики што важат за социјалните медиуми.

3. *Уникатна и корисна содржина*: Туристите нема да ја следат содржината на хотелските сместувачки капацитети ако тие исклучиво се фокусираат на промоција. За успешно промовирање на хотелскиот сместувачки капацитет во туристичката дестинација потребно е да се направи промоција на капацитети со интересна и корисна содржина. Содржина која ќе побуди чувство кај туристите за патување и ќе го привлече нивното внимание, притоа нуди информации како да се стигне до одредената туристичка дестинација нудејќи го хотелскиот сместувачки капацитет како објект за престој со наведени активности. Со фокусирање на хотелските сместувачки капацитети на нивната околина и дестинацијата во која се наоѓаат, тие добиваат на конкурентност во самата дестинација. Хотелските сместувачки капацитети исто така треба да се стремат кон уникатна содржина, бидејќи социјалните медиуми денеска се преполни од истите копирани содржини кои за туристите стануваат досадни и монотони. Можеби, фотографијата, после цената е вториот одлучувачки фактор за туристите за посета на туристичката дестинација, но при креирање на содржина, хотелските сместувачки капацитети треба да внимаваат во поглед на фотографиите, бидејќи тие се всушност едни од содржините кои најчесто се копираат на социјалните медиуми. Фотографии од хотелскиот сместувачки капацитет и што всушност се случува „под завесата“ се еден начин на кој капацитети може да креираат уникатна содржина за промоција на социјалните медиуми. Фотографии од вработените како се подготвуваат за некој настан, или фотографии од вечерта што ќе се служи тој ден, се

содржини кои на туристите ќе им бидат интригантни и ќе помогнат да го „хуманизираат“ хотелскиот сместувачки капацитет. Најдобро е да се следат правилата 80% уникатни и корисни содржини и 20% промотивни содржини, бидејќи само преку уникатните и корисните содржини, тие 20% промотивни содржини ќе добијат на свое значење (Stojković, 2016).

4. *Понуди, попусти и настани*: Секако, најдобар начин за сите понуди на хотелскиот сместувачки капацитет е да бидат промовирани на социјалните медиуми. Туристите редовно требаат да бидат информирани за сите понуди на сместувачки капацитет како понуди за сместување за одреден викенд, настан, за новите оброци во мениот на ресторанот во хотелот како и за познатите луѓе кои престојувале во хотелскиот сместувачки капацитет. Доколку хотелските сместувачки капацитет имаат спа центар, теретана, ресторан можат да понудат и попусти на туристите на социјалните медиуми за пред се тие да го забележат објектот и сетат на него за идни посети како и споделат во своите кругови на пријатели и фамилија. Хотелскиот сместувачки капацитет може да биде промовиран на социјалните медиуми и преку настаните од спортски или манифестациски карактер кои се одржуваат во самиот објект, но и во туристичка дестинација.

5. *Натпревари*: Натпреварите се најпозната и најпопуларната форма на содржина на социјалните медиуми. Хотелскиот сместувачки капацитет може да се промовира во туристичката дестинација на социјалните медиуми преку организирање на натпревари за бесплатно ноќевање, бесплатен оброк, третман и слично. Капацитетите треба да креираат исчекување кај туристите со чести ажурирања на содржините, потсетници за тоа што во е прашање во однос на наградата, да ги истакнат најдобрите коментари и одбројуваат до прогласувањето на победникот.

5. ЗАКЛУЧОК

Употребата на интернетот и другите информатички комуникациски технологии водат кон нова ера на туризмот. Социјалните медиуми, како една од најмоќните мрежни алатки, во денешнината се интегрирани во социјалниот и економскиот живот на секоја единка. Платформите на социјалните медиуми се лесно достапни, директни и привлечни и им овозможуваат на корисниците да станат ангажирани на единствени начини. Не е изненадување што токму многу хотелски сместувачки капацитет ги користат социјалните медиуми за нивна промоција во туристичката дестинација и на туристичкиот пазар. Но, кој е трошокот за користењето на социјалните медиуми како алатка за промоција на хотелските сместувачки капацитет во туристичката дестинација? Одговорот е едноставен. Социјалните мрежи се бесплатни. Во денешнинава секој е присутен на социјалните медиуми и околу 80% од светската популација користи различен вид на социјална платформа. Секако, за промоција во туристичката дестинација, хотелските сместувачки капацитет може да користат и различни платени промоции, но сепак тие се далеку попростапни и подостапни за секого од другите класични медиуми. Бидејќи, секој може лесно да занемари рекламата на телевизија за хотелскиот сместувачки капацитет, но рекламата на социјалните медиуми и врската за препораки, преглед и коментари може многу лесно да ги натера туристите да ги следат стапките на нивниот пријател, и тие да го доживеат тоа неверојатно искуство. Хотелските сместувачки капацитет на социјалните медиуми имаат промоција која е достапна 24 часа, и секој корисник кој ја набљудува на социјалните медиуми е потенцијален турист.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Aggrwal, A. (2010). Top 10 Strategies to Promote Hotels on Social Media Channels. Retrieved from: www.eyefortravel.com/socialmedia-and-marketing/top-10-strategies-promote-hotels-social-mediachannelshotels-social-media-channels
- [2] Buhalis, D. & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet - the state of eTourism research. *Tourism Management*, 29, pp. 609-623
- [3] Gretzel, U., Kang, M., and Lee, W. J. (2008). Differences in consumer-generated media adoption and use: A cross-national perspective. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 17 (1-2), pp. 99-120
- [4] Harris, L., and Rae, A. (2009). Social networks: The future of marketing for small businesses. *Journal of Business Strategy*, 30(5), pp. 24-31
- [5] Masterson, M. and Tribby, M. (2008). *Changing the Channel: 12 Easy Ways to Make Millions for Your Business* (Agora Series). John Wiley & Sons Inc
- [6] Mukherjee, A. Nagabhushanam, M. (2016). Role of social media in tourism marketing. *International Journal of Science and Research*, Vol. 5, No. 6, pp. 2026-2033

- [7] O'Connor, P. (2010). Social Media Adoption by International Hotel Companies: A Benchmark and Exploration of Best Practices. Conference on Social Media in Hospitality and Tourism, Verona, Italy
- [8] Ristova, C. and Angelkova Petkova, T. (2018). Social media as a tool for the promotion of the tourist destination. 3rd International Scientific Conference on Tourism in the era of Digital Transformation, Vrnjacka banja, Serbia, pp. 170-186
- [9] Statista (2018). Number of monthly Facebook users worldwide as of 2nd quarter in 2018 (in millions). Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>
- [10] Stojković, M. (2016). Primena društvenih mreža u turizmu i ugostiteljstvu – drugo izdanje. Tourism Management and Consulting, Belgrade, Serbia
- [11] Wang, Y. C., and Fesenmaier, D. (2004). Towards understanding member's general participation in and active contribution to an online travel community. *Tourism Management*, 25 (6), pp. 709-722
- [12] Zeng, B. (2013). Social Media in Tourism. *Journal of Tourism and Hospitality*, 2, 1-2

MARKETING STRATEGY AS MECHANISM OF EFFECTIVE CORPORATIVE MANGEMENT

Sasa Djordjevic

International Business School Botevgrad, Bulgaria, sasa.djordjevic@gadzinhan.rs

Abstract: This report addresses the issues of dynamically changing marketing mechanisms as opportunities for increasing corporate efficiency. Changes are notable in business conceptions, as well as in methods and means of business activities. In conditions of dynamic changing business environment it is much easier to adapt production of merchandise and services, than selling it on the market. If the world is deprived of interaction possibilities, that would create impractical ideas. Those ideas would have use just in marking empty creators wandering of those who don't have a clue about marketing practice. But in the age of interactive activities it became reality. They came out of the blue and rules of the game have changed.

Interactive technologies created two basically different conclusions of business as whole. From one side there is faster and easier information access, that consumers receive, which created "massization" of products and lower level of profit. For clients it is wonderful thing, but companies discovered another context of interactive opportunities – size of profit will bend, and loyal clients will be harder to discover. Success on the market will be reserved for creative, insistent and smart companies, because today "not the big fish eat smaller one, but fast fish eat slower one".

Keywords: Marketing, marketing strategy, business conception, analyze, marketing mix

МАРКЕТИНГОВАТА СТРАТЕГИЯ КАТО МЕХАНИЗЪМ ЗА ЕФЕКТИВНО КОРПОРАТИВНО УПРАВЛЕНИЕ

Саша Джорджевич

Международно висше бизнес училище Ботевград, България, sasa.djordjevic@gadzinhan.rs

Резюме: Настоящият доклад разглежда проблемите на динамично променящите се маркетингови механизми като възможности за повишаване на корпоративната ефективност. Променят се и бизнес концепциите, методите и средствата за управление на фирмената дейност. В условията на динамично променяща се бизнес среда по-лесно е да се усвои производството на дадена стока или услуга, но много по-трудно е тя да се продаде на пазара.

Ако светът бе лишен от интерактивни възможности, това би била една доста налудничавя и напълно непрактична идея. Тя би могла да ви послужи само, за да отбелязвате напразните творчески лутания на тези, които си нямат и понятие от маркетинг. Но векът на интерактивните дейности вече е реалност. Той пристигна изневиделица и правилата на играта се промениха.

Интерактивната технология наложи два коренно различни извода за бизнеса като цяло. От една страна, по-бързият и по-лесен достъп до информацията, която потребителите получават, доведе до „масовизация“ на продуктите и по-ниска норма на печалба. За клиентите това е прекрасно, но компаниите откриват и друг подтекст в интерактивните възможности – размерът на печалбата ще се свива, а лоялните клиенти ще се откриват все по-трудно. На пазара ще успяват креативните, настойчивите, умните компании, защото днес „не големите изяждат малките, а бързите поглъщат бавните“.

Ключови думи: Маркетинг, маркетингова стратегия, бизнес концепция, анализи, маркетингов микс.

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Маркетингът има интегрираща функция и управлението на фирмата трябва да е в съответствие с общата идея на маркетинга, което позволява да се координират всички целенасочени действия за постигането на планираните резултати. Успехът на бизнеса е функция главно на това, доколко ефективно е вниманието му към нуждите и желанията на хората, които се опитва да привлече с предлаганите стоки и услуги, както и възможните алтернативи. Днес маркетингът се възприема като нова пазарна концепция, като стил на организационно поведение и признак на фирмена култура, като комплекс от управленски функции и

инструментариум за ефективен предприемачески мениджмънт с фокус върху клиента (потребителя) с неговите потребности, изисквания и желания.

В основата на дейността на фирмите, придържащи се към стратегията и тактиката на маркетинга се поставя най-ефективният принцип от гледна точка на реализацията на стоките: Първо да се узнае каква стока, с какви потребителски качества, на каква цена, в какви количества, кога и къде иска да закупи потенциалният потребител и едва след това да се започне подготовката и организацията на самото производство. Откриването и задоволяването на потребностите на купувачите е основна задача на всеки бизнес. При това, потребностите могат да бъдат осъзнати и неосъзнати от клиента. Когато компанията чрез своята дейност превърне потребностите в ефективно търсене, появява се клиентът, създава се неговия пазар.

От друга страна, клиентът е този, който оценява действията на бизнеса, защото единствено клиентът чрез желанието и възможностите си да плати за дадена стока или услуга, превръща икономическите ресурси на компанията в доходи. Решаващо за успеха на даден бизнес е онова, което клиентът смята, че е “ценно” и заслужава да се купува - то предопределя дейността и успеха на бизнеса. Потребителите винаги имат своя избор не само към кого да се насочат и кога да купят, но и дали въобще да купуват. Затова успехът на бизнеса се основава изцяло на възможностите му да привлича и задържа необходимия брой платежоспособни потребители по някакъв ефективен начин. Като организирана система от дейности, бизнесът трябва да бъде икономически ефективен и за хората, които се занимават с него и за потребителите. Според проф. Бойков и др. ключова роля в маркетинга играе комуникацията. „Новите информационни и комуникационни технологии като цифровите камери, интернетa, различните програми и приложения имат големи предимства пред електронните медии – (радиото и телевизията предлагат еднопосочна комуникация), особено по отношение на интерактивността която се се основава на концепцията "споделяне на общото пространство."¹⁰⁷

Силата на маркетинговия подход към икономическата дейност е още в това, че всички изследователски, организационно-технически, търговски и продажбени мероприятия, свързани с производството и реализацията на стоката или услугата винаги се провеждат комплексно, системно. Усвоявайки идеите на маркетинга, фирмата съобразява всички свои ръководни решения с нуждите, изискванията и особеностите на пазара, като същевременно се стреми активно и планирано да влияе на потребителското търсене в съответствие с поставените бизнес цели. Маркетингът не е само частична програма за действие или план за продажба на продукта. Това е цялостна концепция за ефективно управление на компанията, философията за успешно развитие на всеки бизнес.

2. РОЛЯТА НА СТРАТЕГИЧЕСКИЯ МАРКЕТИНГ В СИСТЕМАТА НА КОРПОРАТИВНОТО УПРАВЛЕНИЕ

Последните няколко години налагат стратегическата ориентация на маркетинга да бъде насочена към изследване и използване на действителното потребителско поведение. Компаниите са поставени пред предизвикателството да търсят конкурентни предимства, свързани с динамиката на потребителското поведение, слабо познати до този момент. В много от компаниите актуализирането и модифицирането на маркетинговите стратегии е свързано с желанието да се постигне максимален синхрон с изискванията на потребителите, с цел получаване на по-голяма ценност и добавена стойност за тях. Изучаването на потребителското поведение е сложно и изисква години на опит и използване на редица науки, за да се постигне всеобхватност, целенасоченост и ефективност на различните аспекти на изследването.

Проблемът за реализацията на стоките винаги е заемал важно място в пазарната стратегия на фирменото управление. Всяко предприятие разчита на пазарната реализация на своята продукция и получаването на планираните доходи и печалба, необходими за по-нататъшното разширяване и усъвършенстване на неговата дейност. Но с развитието на производителните сили и установяването на принципите на пазарната икономика се променя и отношението на мениджърите към пазара. Променят се и концепциите, методите и средствата за управление на фирмената дейност. В условията на динамично променяща се бизнес среда по-

¹⁰⁷. Бойков, В., Бойков, Д., Ђорђевић, С. Препреке у пословном комуницирању у време перентезе, Marketing, Macedonian International Journal of Marketing, br. 8. 2018, стр. 42-50.

лесно е да се усвои производството на дадена стока или услуга, но много по-трудно е те да се продават на пазара.

В дефицитна икономика, при недостиг на дадени стоки, всеки производител и търговец, почти сигурно, би могъл да продаде това, което е произвел. При тези условия, определящо е производството, което не успява в достатъчна степен да задоволи потребителското търсене. С увеличаването на мащабите на производството и утвърдилата се тенденция на пазарно насищане се засилва конкурентната борба за пазарни дялове. При тези условия, най-проблематичното звено в дейността на фирмите става реализацията на продукцията, а не производството. Пазарът е този, който диктува решенията на производителя, а не обратното. Наред с усъвършенстването на производствените процеси, възниква необходимостта от усъвършенстване на управлението на потребителското търсене, а от там и на целия възпроизводствен цикъл - от идеята за новата стока, нейното производство, размяна и потребление.

Специфичният поглед за опимизирането на маркетинговите стратегии на компаниите е насочен именно към най-силно въздействащите фактори върху потребителското поведение, мотивиране, чувства, нагласи и емоции. В редица случаи именно използването на познанието за тях осигурява устойчиво позициониране и развитие на компанията, чрез прилагане на оперативни маркетингови действия в насока на постигане на целите.

Изучаването, разбирането и използването на познанията за потребителите дава възможност на компаниите да обяснят наличието на редица проявления като потребителска лоялност, потребителска ценност, удовлетвореност и неудовлетвореност, ситуации при вземането на решение за покупка, импулсивна или емоционална покупка и др. Не бива да се забравя и рекламата. Традиционно ефирното рекламно време се договаря и продава на рекламодателите или на рекламните къщи „на секунди” В радиорекламата най-разпространени са 30 и 60 сек. реклами нар. „рекламни спотове”, в телевизията най-разпространеното времетраене на телевизионните рекламни спотове е 15 и 30 сек.¹⁰⁸

В този много динамичен процес активно се включва и електронния пазар на стоки и услуги. Темпът на нарастване на електронната търговия е много висок и развитието на маркетинговите механизми за увеличаване на продажбите изостава спрямо него. Това налага приоритетно да се изследват факторите на маркетинга в този динамичен пазар и да се изградят адекватни механизми за въздействие върху потребителите.

3.МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ КАТО ПОДХОД ЗА ЕФЕКТИВНО КОРПОРАТИВНО УПРАВЛЕНИЕ

Под „маркетингова стратегия” се разбира процесът на анализ на възможностите на фирмата, избор на дългосрочните цели, разработване и формулиране на планове, осъществяване на маркетингови мероприятия и контрол при тяхната реализация.

Маркетинговата стратегия описва как дадена фирма да използва своите ресурси и силни страни, за да оползотвори установените пазарни шансове и да постига определени трайни конкурентни предимства.

Като **план или модел** стратегията означава съзнателно и целенасочено разработен курс, съобразен с конкретната пазарна ситуация. Тя интегрира главните цели на организацията, нейната политика и действия, взети в определена последователност и цялостност.

Съществуват много определения за стратегия. Ето някои определения, които дават за **стратегията** изтъкнати специалисти в разглежданата област:

Според Ф. Котлър¹⁰⁹ „маркетинговата стратегия определя широките принципи, чрез които бизнес единицата очаква да постигне своите маркетингови цели на целевия пазар. Тя се състои от базови решения за общите маркетингови издръжки, маркетинг микса и маркетинговото разпределение”.

Според Ар. Зайлер¹¹⁰ „маркетинговата стратегия описва как фирмата да използва своите средства или силни страни, за да оползотвори установените пазарни шансове и да достигне отделни и трайни конкурентни предимства”.

¹⁰⁸. Петрова, Т. Телевизионната програма, Софийски университет, Факултет по журналистика и масова комуникация, София, 2002, с,83.

¹⁰⁹ Kotler, P., *Marketing Management, 6th ed.*, Prentice-Hall Inc., 1988.

¹¹⁰Зайлер, Ар., *Маркетинг. Успешно реализиране в практиката – 2 том, ИЦТТ “Информа”, С., 1993.*

Дж. Еванс и Б. Берман¹¹¹ считат, че “маркетинговата стратегия определя как да се използва маркетинговата структура, за да се привлечат и удовлетворят целевите пазари и да се постигнат целите на организацията”.

Според А. Чандлър тя е „определяне на дългосрочните основни задачи на предприятието и приемането на курс за действие и разпределение на ресурсите, необходими за изпълнението на поставените цели“.

Според други автори стратегията е обща програма за действие и определяне на насоки и осигуряване с ресурси за постигане на глобални цели на организацията. Тя включва: целеви програми за постигане на тези цели политика за управление на ресурсите, определяне на основни дългосрочни цели за организацията и възприемане на набор от действия и разпределяне на необходимите ресурси за постигане на тези цели.

Игор Ансоф, наричан още баща на стратегическото управление, разглежда стратегията като набор от правила за вземане на решения, от които организацията се ръководи в своята дейност.

Съществуват четири различни групи правила:

1) Правила, използвани при оценка на резултатите от дейността на фирмата понастоящем и в перспектива. Качествената страна на оценката на критериите обикновено се нарича ориентир, а количественото съдържание - задание;

2) Правила, по които се създават отношенията на фирмата с нейната външна среда, определящи: какви видове продукция и технология тя ще разработва, къде и на кого ще продава своите изделия, по какъв начин ще получи превъзходство над конкурентите. Този набор от правила се нарича продуктово-пазарна стратегия или бизнес-стратегия;

3) Правила, по които се установяват отношенията и процедурите вътре в организацията. Обикновено те се наричат организационна концепция;

4) Правила, съгласно които фирмата извършва своята ежедневна дейност, наричани основни оперативни способности.

Ако се направи анализ на определенията за стратегия, ще се забележи, че общото и повтарящо се в тях се свежда до следното:

- Повечето от авторите разглеждат стратегията като процес на вземане на решения;
- Тези решения се отнасят за глобални цели на организацията в бъдеще;
- Времевият хоризонт на тези решения е голям (т.е. отнасят се за по-дълъг период от време).

Под “маркетингова стратегия” се разбира процесът на анализ на възможностите на фирмата, избор на дългосрочните цели, разработване и формулиране на планове, осъществяване на маркетингови мероприятия и контрол при тяхната реализация.

Стратегически мислещите организации и мениджъри гледат напред към средно или сравнително отделено бъдеще. Макар и да осъзнават обстоятелството, че предприятията, както и мениджърите, трябва да работят добре сега, за да успеят в бъдеще, т.е. те се занимават с по-общите въпроси и основните насоки за дейност с оглед постигане на по-дългосрочни цели.

Стратегическото управление се занимава, както с целта, така и със средствата. Целта е подобряване състоянието на обекта след няколко години. Средствата показват как ще се реализира желаното състояние.

Следователно, стратегиите във фирмата са свързани с въображението, със създаването и концептуализирането на идеи за работата на организацията. Но то е, в същото време и емпирично, защото се вземат практически решения за конкретни действия.

Открояват се четири основни характеристики на стратегията, които се повтарят в преобладаващата част от компаниите:

1. Стратегията е ръководно начало в дейността на фирмата за много години. В самото начало е необходимо време за нейното изграждане и тя фиксира основно момента на създаването си. Веднъж формулирана, тя вече трудно може да се променя в големи мащаби.

2. Стратегията е селективна и поставя акценти върху определен набор характеристики на организацията, които са достатъчно устойчиви във времето и отличават организацията от други, подобни на нея, организации (с аналогичен или подобен предмет на дейност).

3. Стратегията с доминантния водач към действие. Тя определя приоритетите между множество оперативни цели на организацията. Би могло да се каже, че стратегията изпълва организацията със заряда на една мисия.

¹¹¹Еванс, Дж. и Б.Берман, *Маркетинг, М., 1989.*

4. Стратегията определя отношението на фирмата, както към външната, така и към вътрешната среда.

Наличието на стратегия осветява пътя на други мениджърски решения и дава на мениджъра две основни предимства:

- намаляване риска за управляващите да потънат в блатото на ежедневните, неотложни проблеми и действия с краткосрочен ефект;
- служи за обединяващ център на многото и различни дейности, осъществявани в организацията за постигането на синергичен ефект.

Фирмените стратегии подготвят мениджърите като снижават шансовете за вземане на погрешни решения и увеличават осведомеността им относно възможностите, които биха били благоприятни за организацията в бъдеще.

Стратегическите решения на фирмата третират множество цели (повишаване на рентабилността и сигурността, пазарен ръст, конкурентно предимство и др.). В този контекст в литературата се използват най-различни признаци за класификация на стратегиите на бизнес организациите:

В зависимост от възприетата бизнес концепция, фирмените стратегии могат да бъдат:

- стратегия, насочена към усъвършенстване на производството с цел намаляване на разходите и повишаване на ефективността;
- стратегия, насочена към усъвършенстване на продукта. Залага се на предпочитанието на потребителите към висококачествени стоки;
- стратегия, насочена към усъвършенстване формите и методите на продажби и др.

Обикновено във всяка дейност се следва някаква стратегия. Тя може да е дефинирана подробно и ясно или само в общи линии. Стратегията не включва конкретните методи за постигане на целите и затова главните мениджъри имат голяма свобода при избора на различните методи и средства за стратегически анализ и планиране.

4. НОВИ МАРКЕТИНГОВИ МЕХАНИЗМИ ЗА ПОСТИГАНЕ НА РЕЗУЛТАТИ В НЕПРЕДВИДИМИ ВРЕМЕНА

Класическата маркетингова философия се изгражда върху идеята бизнесът да печели от това, че задоволява потребностите на клиентите по начин, по-добър от този на конкурентите. Основното изискване на маркетинговата философия е да се балансират двете групи интереси – на бизнеса и на клиентите. Интересът и крайната цел на компанията е печалба в дългосрочен, стратегически времеви хоризонт. Интересът на потребителите и тяхната цел е да задоволят потребностите си по възможно най-добрия начин и при най-добрата цена. Ето защо днешните успешни бизнеси се ориентират към рационалното прилагане на маркетинговата идея. Практическото реализиране изисква да се дава непрекъснато отговор на няколко въпроса:

- Кои са клиентите на компанията? Необходимо е мениджмънтът да притежава възможно най-пълна представа за профила на клиентите, които в момента купуват или биха купили (потенциални клиенти). Ключовият момент тук е да се идентифицират правилно потребностите и най-вече проблемите, които клиентите имат или биха имали при бъдещи покупки.
- Какъв продукт (стока или услуга) искат клиентите? Необходимо е компанията да има описание на осезаемите и неосезаемите характеристики на продукта, които като пакет от ползи решават проблема на клиентите.
- Къде географски са разположени клиентите? Необходимо е географска карта на локацията на клиентите. Това ще позволи да се преценят разходите за достъп до тях, както и разходите за тяхното обслужване.
- Какъв е жизненият цикъл на клиентите? Това ще даде ориентация в бъдещето поведение на клиентите като потребители и най-вече за търсенето на стоките и услугите от тяхна страна.
- Как купуват клиентите и на каква цена? Отговорът на този въпрос ще ориентира компанията за избора на формите на продажба и обслужване и каналите за реализация, а границите на цените ще позволят на компанията да разработи цени, които са приемливи за клиентите и гарантират печалба на фирмата.

Отговорът на горните и други въпроси дава възможност всяко проектно-решение да бъде преценено от гледна точка на неговия пазарен смисъл. Всички идеи за бизнеса следва да се генерират от пазара. Преобладаващата част от информацията за нови идеи на бизнеса се набира от пазара въз основа на различни форми на проучвания и методи на анализ. Ето защо маркетинговите механизми трябва непрекъснато да се усъвършенстват, за да предоставят максимално полезна информация за пазара и поведението на потребителите. За всеки пазар следва да се разработи отделна комбинация от елементи на маркетинговия микс съобразно профила на потребителите и реакциите, които мениджмънтът иска да предизвика от тяхна страна, съобразно своите пазарни и финансови цели.

В съвременната динамично развиваща се бизнес среда, най-бързо развиващият се бизнес е електронният. Пионерът на интернет маркетинга Сет Гоудин иска да промени традиционния начин на рекламиране и предлагане на продукти и услуги. Неговата философия „да превърнем непознатите в приятели, а приятелите в клиенти“¹¹² е в основата на създаването на така наречения маркетинг на позволение. Той предлага на потребителите възможност да участват доброволно в търговския процес. Маркетингът на позволение е адресиран изключително към доброволци, което е сигурна гаранция, че потребителите ще обърнат по-голямо внимание на неговото послание. Този вид маркетинг дава възможност на търговците да предадат посланието спокойно и сбито, без да се притесняват, че всеки момент ще бъдат прекъснати от конкуренти или практикуващи маркетинг на прекъсването търговци. Маркетингът, базиран на позволение, е еднакво благоприятен както за потребителите, така и за търговците – двете страни на една търговска симбиоза.

Маркетингът на позволение насърчава потребителите да вземат участие в дългосрочна, интерактивна маркетингова кампания. В процеса на тази кампания, те биват възнаградени по някакъв начин за това, че са отделили внимание на съответните послания. Маркетингът на позволение е очакван, личен и уместен. Очакван – хората се надяват да получат вашето послание; Личен – посланията са адресирани директно към отделния потребител; Уместен – става дума за нещо, от което потенциалният потребител се интересува.

Някои предприемачи ще кажат – „тук има някаква уловка!“. Условието да изпращате лични, персонализирани послания, би ви ограничило. Ако все още разсъждавате от гледна точка на традиционния маркетинг, това е точно така. Но в днешния информационен век, достигането до клиента чрез индивидуално послание не е толкова трудно, колкото ви се струва. Маркетингът на позволение поема произтичащата от прекъсването на потребителите стойност и я умножава, но не върху едно послание, а върху множество послания. Подобно мултиплициране води до важни конкурентни предимства и печалби. Докато конкурентите ви продължават да прекъсват случайно подбрани лица и получават посредствени резултати, вашата, основана на позволение маркетингова кампания, превръща случайните непознати в приятели, а приятелите в клиенти.

Според Сет Гоудин първите стъпки, за да започнете с Маркетинга на позволение са:¹¹³

1. Преценете стойността на жизнения цикъл на един нов клиент. Ако нямате тази информация, много трудно бихте могли да изчислите, колко струва получаването на едно ново позволение.

2. Открийте и внедрете серия от комуникационни средства, които да използвате, за да превръщате непознатите в приятели. Това може да са серия от електронни съобщения, серия от писма, телефонни разговори, уеб страници и т.н. Тези средства трябва да притежават следните четири характеристики: да се осъществяват с течение на времето; отговорът на клиента да бъде капитализиран от егоистичен мотив; комуникацията да се променя в зависимост от отговорите (променяйте посланията, когато научите повечето неща за потребителя); да притежават окончателен призив за действие, на чиято база да измервате резултатите.

3. Променете цялата си рекламна дейност, като я обогатите с елемента „призив за действие“. Никога не излъчвайте реклама, която да лишава клиента от възможност да реагира. След като регистрирате реакцията на клиента, задействайте едно от комуникационните средства.

4. Измервайте резултатите, получени посредством всяко комуникационно средство. Изхвърлете най-ниските 60% и ги заменете с нови средства. Винаги използвайте различни подходи.

¹¹²Гоудин, Сет, (2001), *Маркетинг на позволение*, Издателство „Фокус“, С.

¹¹³Гоудин, Сет, (2001), *Маркетинг на позволение*, Издателство „Фокус“, С., с. 189

5. Измервайте броя на позволенията, които получавате. Измервайте степента на промяна на поведението на потребителите.

6. Назначете един служител, който да пази базата на позволенията. Нека този служител се съсредоточи върху увеличаване на нивото на позволенията, получено от всеки отделен клиент.

7. Стремете се да намалите стойността на честотата, като автоматизирате ответните реакции и използвате електронна поща и Интернет.

8. Трансформирайте своя уеб-сайт и го превърнете във фокусирана среда за получаване на позволение.

9. Редовно ревизирайте позволенията, за да определите, докъде се простира в действителност.

10. Повишавайте позволенията чрез предлагане на допълнителни продукти или услуги или чрез осъществяване на съвместен маркетинг с партньори.

Маркетинговите механизми се променят във времето. Променят се парадигмите. Но има принципи, които винаги, когато се спазват носят успех. Тези принципи осигуряват предвидими резултати в добри и лоши времена.

5.ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Крайната цел на всеки бизнес е печалба, която да му осигури стратегическа перспектива. Специфичният момент тук е, че желаната печалба се постига по принципно различен начин – чрез по-доброто задоволяване на потребности. Компанията печели, като доставя на целевите си клиенти както очаквани, така и неочаквани ползи, които добавят стойност към основния продукт.

Компаниите могат да бъдат уверени, че имат маркетингово мислене, ако са възприели следното отношение към клиентите си:¹¹⁴

- Клиентът е най-важният човек, някога идвал в този офис – лично или по пощата(интернет);
- Клиентът не е зависим от нас, ние зависим от него.
- Клиентът не прекъсва работата ни. Той е целта на нашата работа.
- Ние не му правим услуга, като го обслужваме – той ни прави услуга, като ни дава тази възможност.
- С клиента не се спори. Никой никога не е спечелил спор с клиента.
- Клиентът е човек, който предявява желанията си. Нашата работа е да ги задоволим рентабилно и при взаимна изгода.

Днес печелят онези компании, които реализират приоритетите си с отлично качество; залагат на знанието; движат се с бързината на доверието; постигат повече с по-малко; преобразуват страха в ангажираност. Екипите, които не спазват тези принципи, неизбежно отпадат от „състезанието“ в момента, в който „теренът“ стане по-труден. Те губят представа за стратегическите си приоритети. Губят импулса на надеждните хора, системи и процеси. Губят фокус върху онова, което наистина трябва да се върши. И накрая, губят вяра в самите себе си.

Времената по принцип са непредвидими – и винаги са били такива. Не можете да изчислите всички вероятности и неизвестности на бъдещето. Има обаче принципи, на които можете да разчитате и в най-нестабилни времена. Научете ги и ги спазвайте. Това ще ви осигури победа в конкурентната надпревара с опонентите.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

- [1] Bartels,R.(1976):The History of marketing Thought,2 ed, Grid Columbos, Ohio,p. 24
- [2] Boyd H., O. Walker,(1992):Marketing Management: a Strategic Approach.
- [3] Бојков В. Пословне комуникације, Електронски факултет, Ниш, 2016.
- [4] Бойков, В, Бойков, Д., Устната и писана комуникация, Академия „Орфей“, София, 2015.
- [5] Бојков,В., Бојков, Д. , Методика на устната и писана комуникация, Академия „Орфей“, София, 2015.
- [6] Бойков, В., Тоцева, Я., Управление на бизнес комуникацията, Дилок, София, 2016.
- [7] Бојков, В., Бојков, Д., Ђорђевић, С. Препреке у пословном комуницирању у време перентезе, Marketing, Macedonian International Journal of Marketing, br. 8. 2018.

¹¹⁴Котляр, Ф., (1996), *Управление на маркетинга, том1, Графема, С., с.27*

- [8] Дженингс Д., Лорънс Хотън,(2001):Не големите изяждат малките, а бързите поглъщат бавните”, Класика и стил ООД, С.
- [9] Петрова, Т. Телевизионната програма, Софийски университет, Факултет по журналистика и масова комуникация, София, 2002, с,83.
- [10] Evans, J.,B. Berman (1997): Marketing, 7 thed, Prentice Hall, Upper Saddle iver,N.J.,p.7
- [11] Зайлер, Ар.,(1993): Маркетинг.Успешно реализиране в практиката – 2 том, ИЦГТ “Информа”, С.
- [12] Kotler, P.,(1988): Marketing Management, 6th ed., Prentice-Hall Inc.
- [13] Michael P.,(1980):Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors.
- [14] Маринов, Г.: (2010), Маркетинг, ИЦ КТП, С.
- [15] Гоудин, Сет, (2001), Маркетинг на позволениято, Издателство „Фокус“, С.
- [16] Котлър, Ф., (1996), Управление на маркетинга, том1, Графема, С.

DIRECT MARKETING AMONG COMPANIES IN THE POLLOG REGION

Brikend Aziri

University of Tetova, Republic of Macedonia, brikend.aziri@unite.edu.mk

Arlinda Mazllami

Ministry of Economy, Republic of Macedonia, arlinda.mazllami@dpi.gov.mk

Abstract: Direct marketing is without a doubt one of the most often used marketing approaches nowadays worldwide. During the last couple of decades, the drastic fall in the price of computer hardware and software as well as the eased access to internet on one side, and the intensive development of social networks and media on the other, have revolutionized direct marketing in particular and marketing and specially promotion in general. But, when it comes to the Pollog region, although several steps forward have been made by many local business's perhaps it is still too early to discuss approaches such as telemarketing and database marketing. On the other hand, it can be argued that most local businesses are well aware of the "more traditional" forms of direct marketing such as direct mail, door to door marketing, direct response etc. Therefore, the paper strives to analyze the level of usage of the different approaches to direct marketing by companies in the Pollog region as well as to provide possible recommendations that if implemented might results in a better understanding of the benefits to be gained by implementing direct marketing, especially in a region such as the Pollog region.

Keywords: direct marketing, SME's, Pollog region.

ДИРЕКТЕН МАРКЕТИНГ МЕЃУ КОМПАНИИТЕ ВО ПОЛОШКИОТ РЕГИОН

Брикенд Азири

Универзитет во Тетово, Република Македонија, brikend.aziri@unite.edu.mk

Arlinda Mazllami

Министерство за економија, Република Македонија, arlinda.mazllami@dpi.gov.mk

Резиме: Директен маркетинг во денешно време низ целиот свет без сомнение е еден од најчесто користените маркетинг пристапи. Во последните неколку децении драстичното намалување на цената на компјутерскиот хардвер и софтвер, како и олеснетиот пристап до интернет од една страна и интензивниот развој на социјалните мрежи и медиумите од друга страна, го револуционизираа директен маркетинг особено маркетинг а посебно промоцијата воопшто. Но, кога станува збор за Полошкиот регионот, иако од многу локални бизниси беа направени напред неколку чекори, можеби се уште е рано да се разговара за приоди како што се телемаркетинг и маркетинг на бази на податоци. Од друга страна, може да се тврди дека повеќето локални бизниси се свесни за "по-традиционалните" форми на директен маркетинг, како што се директна пошта, маркетинг од врата до врата, директен одговор итн. Затоа, трудот се обидува да го анализира нивото на користењето на различните пристапи за директен маркетинг од страна на компаниите во Полошкиот регион, како и да пренесе можни препораки кои ако се имплементираат, би можеле да резултираат во подобро разбирање на придобивките што треба да се добијат со спроведување на директен маркетинг, особено како што е Полошкиот регион .

Клучни зборови: директ маркетинг, ММДС, Полошки регион.

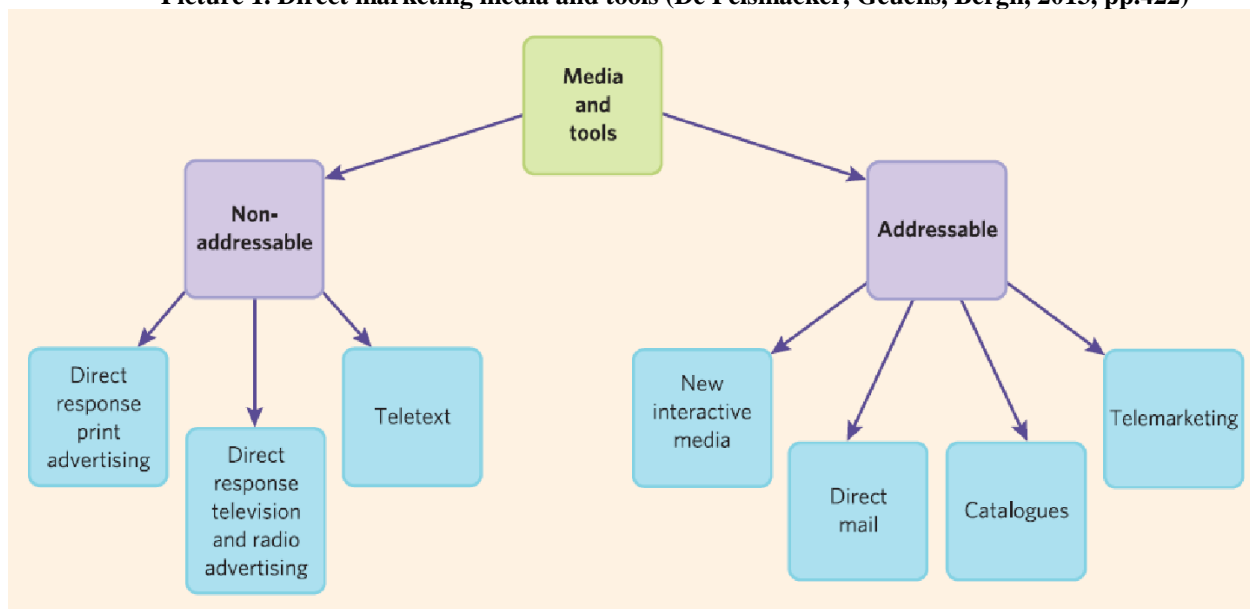
LITERATURE REVIEW

While direct marketing has been one of the fastest-growing forms of promotion, it has several disadvantages. First, most forms of direct marketing require a comprehensive and up-to-date database with information about the target market. Developing and maintaining the database can be expensive and time-consuming. In addition, growing concern about privacy has led to a decline in response rates among some customer groups. Companies with successful direct marketing programs are sensitive to these issues and often use a combination of direct marketing alternatives together, or direct marketing combined with other promotional tools, to increase value for customers.

Marketers are increasingly using highly focused direct-marketing programs to target small consumer niches with products and services that fit their interests and lifestyles. (Niche marketing is sometimes called *micromarketing*.) Marketers very carefully target customers on the basis of their demographic, psychographic or geodemographic profiles with highly personalized product offerings (e.g. hunting rifles for left-handed people) and messages that show they understand their special needs and desires. Direct-marketing efforts have an excellent chance of favorably influencing target consumers' attitudes, because the products and services offered and the promotional messages conveyed are very carefully designed to address the individual segment's needs and concerns and, thus, are able to achieve a higher 'hit rate' than mass marketing.

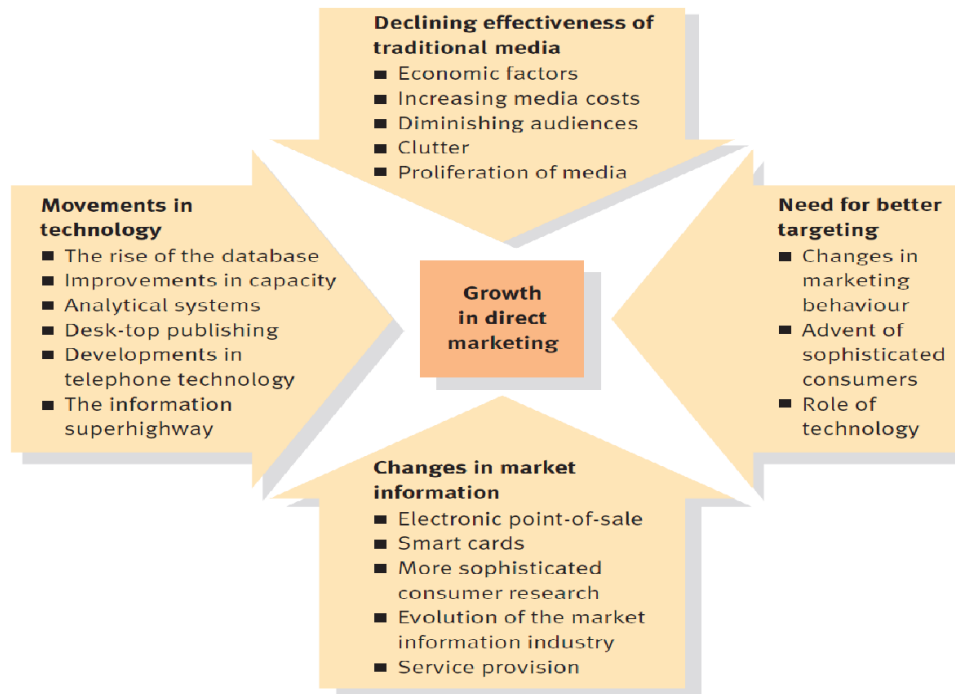
Direct marketing is a broad concept that includes direct mail, direct selling, direct-response retailing, telemarketing, Internet retailing, and automatic merchandising. Direct marketing, sometimes called direct response marketing, refers to the techniques used to get consumers to make a purchase from their home, office, or other nonretail setting. Those techniques include telemarketing, direct mail, catalogs and mail order, and online retailing. Shoppers using these methods are less bound by traditional shopping situations. Time-strapped consumers and those who live in rural or suburban areas are most likely to be direct response shoppers because they value the convenience and flexibility that direct marketing provides. Internet-based technologies have had a profound effect on direct marketing initiatives. E-mail, for instance, can be directed to a specific consumer. Firms use e-mail to inform customers of new merchandise and special promotions, confirm the receipt of an order, and indicate when an order has been shipped. Currently available technologies also mean handheld devices can function as a payment medium: Just tap your cell phone, and the transaction occurs in much the same way it occurs with a credit card. The main direct marketing media and tools are presented in picture 1.

Picture 1. Direct marketing media and tools (De Pelsmacker, Geuens, Bergh, 2013, pp.422)



Direct marketing has shown significant growth over the years, due to the influence of a wide range of factors, as presented in picture 2.

Picture 2. Catalysts of change behind the growth of direct marketing (Sally, Lindon, Wiliam, Ferrel, 2012, pp. 549).



The process of managing a direct marketing campaign undergoes a few steps, as described in picture 3.

Picture 3. Managing a direct marketing campaign (Fahy, Jobber ,2015,pp.484)



Direct mail can provide business marketers with a number of advantages. Direct mail excels at delivering a personalized message at a precise point in time to a well-defined audience. The cost per contact is greater than print advertising and e-mail but typically less than the telephone. It can have up to four elements:

- The envelope. The outer wrapping of the direct-mail piece is the first element that can get the attention of the intended reader and carries most of the weight in the decision to read or discard the entire piece. Odd-sized envelopes are more likely to be opened, but also cost more to send.
- The offer. The offer is the description of the product or service offered, so the offer can include the interior of a catalog or a letter. It helps to think of the offer being conveyed in a letter because (1) it usually is in business and (2) even when the offer is conveyed by other means (e.g., sales call, catalog) the letter as a metaphor is quite fitting and powerful.
- The enclosure. The enclosure plays a supporting role to the offer. Proof statements, such as case studies, can be part of the enclosure if separate from the offer. Free samples, computer disks or videotapes with video demos, or specialty advertising premiums can serve as enclosures.
- The reply device. It strives to tell the reader what to do, make the action easy and obvious, include a reason for acting and end with a positive picture for the buyer.

Although direct response advertising appears in prime media, such as television, newspapers and magazines, it differs from standard advertising in that it is designed to elicit a direct response such as an order, enquiry or a request for a visit. Often, a freephone telephone number is included in the advertisement or, for the print media, a coupon response mechanism may be used. This combines the ability of broadcast media to reach large sections of the population with direct marketing techniques that allow a swift response on behalf of both prospect and company.

Direct-response television (DRTV) marketing takes one of two major forms: direct-response television advertising and interactive TV (iTV) advertising. Using *direct-response television advertising*, direct marketers air television spots, often 60 or 120 seconds in length, which persuasively describe a product and give customers a toll-free number or a Web site for ordering. It also includes full 30-minute or longer advertising programs, called *infomercials*, for a single product.

Rising postage rates and decreasing long-distance phone rates have made *outbound* telemarketing an attractive direct-marketing technique. Skyrocketing field sales costs have also led marketing managers to use outbound telemarketing. Searching for ways to keep costs under control, marketing managers have learned how to pinpoint prospects quickly, zero in on serious buyers, and keep in close touch with regular customers. Meanwhile, they are reserving expensive, time-consuming, inperson calls for closing sales.

Even though, as discussed direct marketing results in a number of advantages for marketers and the companies in general as Kotler and Keller note sometimes a darker side of direct marketing emerges, that is:

- Irritation. Many people don't like hard-sell, direct marketing solicitations.
- Unfairness. Some direct marketers take advantage of impulsive or less sophisticated buyers or prey on the vulnerable, especially the elderly.
- Deception and fraud. Some direct marketers design mailers and write copy intended to mislead or exaggerate product size, performance claims, or the "retail price." The Federal Trade Commission receives thousands of complaints each year about fraudulent investment scams and phony charities.
- Invasion of privacy. It seems that almost every time consumers order products by mail or telephone, apply for a credit card, or take out a magazine subscription, their names, addresses, and purchasing behavior may be added to several company databases. Critics worry that marketers may know too much about consumers' lives, and that they may use this knowledge to take unfair advantage.

In catalog marketing, an organization provides a catalog from which customers make selections and place orders by mail, telephone, or the Internet. The advantages of catalog retailing include efficiency and convenience for customers. The retailer benefits by being able to locate in remote, low-cost areas; save on expensive store fixtures; and reduce both personal selling and store operating expenses. On the other hand, catalog retailing is inflexible, provides limited service, and is most effective for a selected set of products.

SAMPLE DESCRIPTION

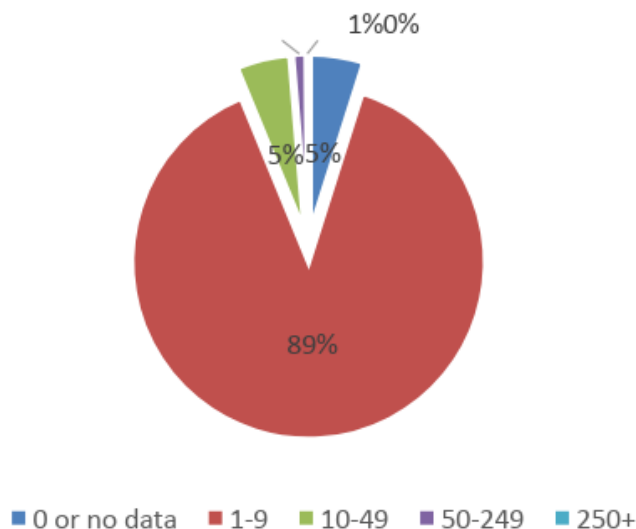
The Republic of Macedonia is divided into eight separate regions, the Pollog region being of them. Its national economy in 2017 included a total of 71419 companies while the Pollog region participated with around 11.37% in the total number of business's, thus being the second biggest in the country, right after the Skopje region.

Table 1. Number of companies by region in the Republic of Macedonia

Region	N	%
Vardar region	5383	7.54
Eastern region	5615	7.86
Southwestern region	7238	10.13
Southeastern region	5970	8.36
Pelagonia region	8064	11.29
Pollog region	8118	11.37
Northeastern region	4084	5.72
Skopje region	26947	37.73

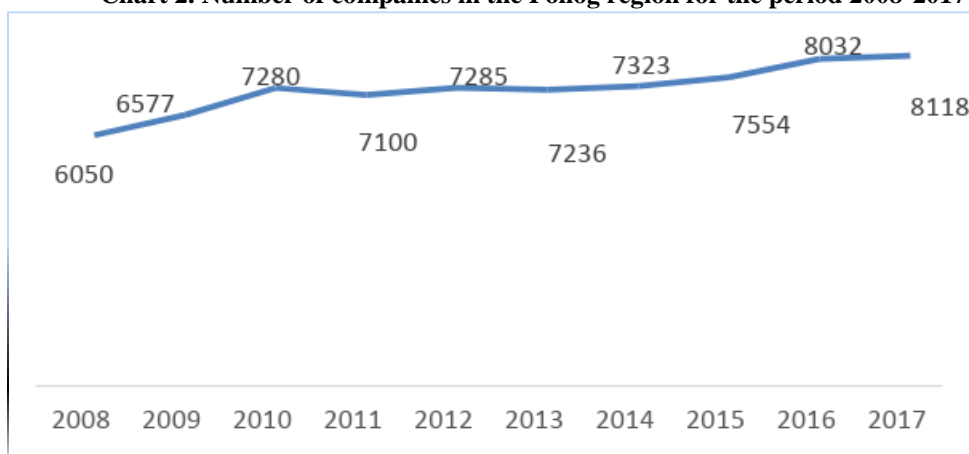
As can be noted from the data presented in chart 1, the structure of companies in the Pollog region is dominated mainly by micro and small companies, according to the number of their employees. In fact, only a tenth of companies have ten or more employees and only eight companies with this region have 250 or more employees.

Chart 1. Structure of companies in the Pollog region according to number of employees



It should be noted that the number of companies in the Pollog region has been increasing over time, as can be noted from the data presented in chart 2.

Chart 2. Number of companies in the Pollog region for the period 2008-2017



Having in mind that the chances of direct marketing techniques being applied by micro companies are very small, the study was focused on companies that have at least 10 employees or more. This group of companies as can be noted from the data from the State statistical office of the Republic of Macedonia, this group is comprised of only 506 companies, 8 of which have 250 or more employees, 100 have between 50-249 employees and 398 companies have 10-49 employees.

From the above mentioned companies, 305 were approached to participate in the research, but only 89 of them responded positively, table 2.

Table 2. Data sample

Companies	n	%
Companies according to number of employees		
10-49	21	23.60
51-100	17	19.10
101-150	21	23.60
151-200	18	20.22
201-250	9	10.11
More than 250	3	3.37
Companies according to industry		
Agriculture	11	12.36
Production	42	47.19
Construction	9	10.11
Trade	19	21.35
Other	8	8.99

As can be noted, the sample is dominated by companies that have between 10-150 employees, which is a good representation of the actual structure of companies by size. According to industry, most companies taking part in the survey were production companies and trade companies.

STUDY RESULTS

As can be noted from the study results, companies in the Pollog region do not give direct marketing the needed attention, table 3.

Table 3. Study results

Direct marketing channel	Yes		No	
	n	%	n	%
Direct mail	21	23.60	68	76.40
Telemarketing	32	35.96	57	64.04
Direct response advertising	1	1.12	88	98.88
Electronic media	78	87.64	11	12.36
Catalogue marketing	13	14.61	76	85.39
Insertions	6	6.74	83	93.26
Door to door leafleting	8	8.99	81	91.01
Text messaging	3	3.37	86	96.63

In fact, only 23% of companies use direct mail and just over a third of them use telemarketing. The most widely used form of direct marketing by companies in the Pollog region is electronic media, and the least used form is direct response advertising. Catalogue marketing is used by only 15% of companies, insertions are used by only 7% of companies and only 9% and 3% respectively use door to door leafleting and text messaging.

Table 4. Usage of direct marketing depending on company size

Direct marketing channel	Company size					
	10-49	51-100	101-150	151-200	201-250	>250
Direct mail	3	5	5	3	3	2
Telemarketing	1	6	9	9	5	2
Direct response advertising	0	0	0	0	0	1
Electronic media	19	15	18	16	7	3
Catalogue marketing	1	2	1	1	6	2
Insertions	0	0	0	2	2	2
Door to door leafleting	5	3	0	0	0	0
Text messaging	2	1	0	0	0	0

As can be noted from table 4:

- The smallest companies from the respondents group have less preferences for the different forms of direct marketing, excluding electronic media. In fact over 90% of them use electronic media and around 1/5 of them use door to door leafleting. The other forms of direct marketing are applied by no more than 15% of the total number of responding companies that have between 10 and 49 employees.
- When it comes to the companies that have between 50 and 100 employees, it should be noted that they also mainly prefer electronic media as a form of direct marketing (Over 88% of them). The second ranked most favored form of direct marketing among these companies is telemarketing (35%). On the other hand the least preferred forms of direct marketing among these companies are aside from direct texting, are catalogue marketing (11.76%) and door to door leafleting (17.65%).
- The companies that have between 101-150 employees use only four forms of direct marketing that is direct mail (almost 24%), telemarketing (around 43%), electronic media (around 86%) and catalogue marketing (around 4.8%).
- Usage of electronic media is the most favored form of direct marketing among companies that have 151-200 employees (88%). Half of them use telemarketing and almost 17% of them use direct mail. These companies also use insertions (around 11%) and catalogue marketing (around 5.55%).

- The situation is similar when it comes to companies employing between 201 to 250 employees, with the slight difference that these companies use catalogue advertising (66.6%), telemarketing (55.5%), direct mail (33.3%) and insertions (22%) more than all other corresponding companies. Electronic media remains the most preferred form of direct marketing for these companies as well, but less compared to other companies (77.7%).
- When it comes to the largest companies, that is those employing more than 250 employees, even though the sample is comprised of only three companies it should be noted that they all use electronic media and around two thirds of them use direct mail, telemarketing, catalogue marketing and insertions. One of them has declared that it even uses direct response advertising.

Table 5. Usage of direct marketing depending on industry As can be noted from table 5:

Direct marketing channel	Companies by industry				
	Agriculture	Production	Construction	Trade	Other
Direct mail	0	0	8	13	0
Telemarketing	0	3	8	16	5
Direct response advertising	0	1	0	0	0
Electronic media	7	39	8	17	7
Catalogue marketing	0	1	2	9	1
Insertions	2	1	3	0	0
Door to door leafleting	0	2	0	5	1
Text messaging	0	0	0	2	1

- The responding agricultural companies use only direct marketing and insertions as forms of direct marketing.
- Electronic media is by far (around 93%) the most preferred form of direct marketing for production companies in the Pollog region. Only 7% of them use direct mail, around 5% of them use door to door leafleting and 2% of them use catalogue marketing and insertions.
- Construction companies are the most active in using direct marketing. In fact 8 of the total number of nine such companies that took part in the survey, use direct mail, telemarketing and electronic media. A third of them use insertions and around 22% of them use catalogue marketing.
- Nine in ten trade companies use electronic media, 85% of them use telemarketing, around 68% of them use direct mail and almost half of them use catalogue marketing.

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

Although direct marketing results in many benefits for contemporary business in terms of helping them in gaining and sustaining a competitive advantage on the market, as the study shows companies in the Pollog region have manifested a low level of applying the different forms of direct marketing, with the exception of using electronic media.

The study has not shown any significant correlation between company size and the application of direct marketing, although it has been noted that electronic media are used more by smaller compared to the bigger companies, while insertions and catalogue marketing are used more by bigger companies compared to smaller ones.

On the other hand, the study has shown, as expected, that agricultural companies in the Pollog region, as well as production facilities from the region do not apply direct marketing forms as intensively as construction companies and trading companies from the region.

Although the most easily derived conclusion, having in mind the literature review, the general body of knowledge on direct marketing, and the study results, would be that companies in the Pollog region should intensify the application of direct marketing in the future, it is obvious that even now they apply electronic media quite intensively. This form of direct marketing creates less costs, and therefore having in mind the general business

climate and the situation under which these companies function this is quite understandable. Hopefully as these companies grow and strengthen their financial health they will apply the other forms of direct marketing in the future, although logic dictates that it should be the other way around.

REFERENCES

- [1] Armstrong Gary, Kotler Philip (2015), Marketing: An Introduction, Pearson
- [2] Dib Sally, Simkin Lyndon, Pride William M., O.C. Ferrell (2012), Marketing: Concepts & Strategies, Cengage Learning
- [3] Dwyer Robert F., Tanner John F.:(2002) Business Marketing: Connecting strategy, relationships and learning, McGraw-Hill Education
- [4] Fahy John, Jobber David (2015), Foundations of marketing, McGraw-Hill
- [5] Fahy John, Jobber David (2015), Foundations of marketing, McGraw-Hill
- [6] Grewal Dhruv, Levy Michael (2014), Marketing, McGraw-Hill/Irwin
- [7] Kerin, Roger A., Hartley Steven W. (2016), Marketing: The Core, McGraw-Hill Education
- [8] Kotler Philip, Keller Kevin Lane (2012), Marketing Management, Prentice Hall
- [9] Kurtz David L.(2010), Contemporary Marketing, Cengage Learning
- [10] Lamb Charles W., Hair Joseph F., McDaniel Carl (2013), Marketing, Cengage Learning
- [11] Lamb Charles W., Hair Joseph F., McDaniel Jr. Carl: (2015), Marketing, South-Western Cengage Learning,
- [12] Pride William M., O.C. Ferrell (2014), Marketing, Cengage Learning
- [13] Schiffman Leon G, Hansen Havard, Kanuk Leslie (2007), Consumer Behavior: A Consumer Outlook, Pearson

ICT PENETRATION IN BULGARIAN ENTERPRISES: STATE OF THE ART AND TRENDS

Rossitsa Chobanova

Economic research institute at the Bulgarian academy of sciences, University of telecommunications and posts, rossitsa.chobanova@gmail.com

Maria Ivanova

Abstract: The paper is devoted to defining trends in digitalization of the business processes in Bulgarian enterprises – Internet and ICT penetration and use for B2B and B2C efficiency of interaction improvement. The problem disused is the impact of size of the firm on the speed of digitalization of business processes in the last 5 years. Methodology applied is the official one, applied by NSI, Eurostat and OECD. More concretely the paper characterizes firstly, computers and Internet usage by enterprises through following indicators - Enterprises having access to the Internet, Enterprises having access to the internet by type of connection, Persons employed using computers/Internet, Persons employed using Internet, Enterprises having Website or Home Page, Enterprises using Internet for interacting with public authorities, E, enterprises sending and/or receiving e-invoices, Enterprises using social media, Enterprises using cloud computing services. On the other hand, the paper characterizes E-commerce, through Enterprises having received orders on-line, Enterprises having purchased on-line, Use of Automated Data Exchange (ADE), Enterprises using ERP software package, Enterprises using software application for managing information about clients (CRM), Enterprises having a formally defined ICT security policy, Enterprises sharing electronically information on the supply chain management.

The data used is from NSI survey, which covers enterprises with 10 or more persons employed, classified in the following categories of NACE Rev. 2: Section C – “Manufacturing”; Section D, E – “Electricity, gas, steam and air conditioning supply”, “Water supply, sewerage, waste management and remediation activities”; Section F – “Construction”; Section G – “Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles”; Section H – “Transportation and storage”; Section I – “Accommodation and food service activities”; Section J – “Information and communication”; Section L – “Real estate activities”; Division 69 - 74 – “Professional, scientific and technical activities”; Section N – “Administrative and support service activities”; Group 95.1 – “Repair of computers and communication equipment”.

The data analyses are in the context of the benchmarking framework for the Digital Agenda Scoreboard, Europe's strategy for a flourishing digital economy by 2020, as well as at national level by the Ministry of Transport, Information Technology and Communications for evaluation of the indicators of 'Digital Bulgaria 2015' programme. At the end some conclusions are drawn concerning

Keywords: ICT penetration, SMEs, E-commerce, Bulgaria

НАВЛИЗАНИЕ НА ИКТ В БЪЛГАРСКИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: СЪСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ

Росица Чобанова

Институт за икономически изследвания при БАН, Висше училище за телекомуникации и пощи (БУТП), rossitsa.chobanova@gmail.com

Мария Илиева

Резюме: Материалът е посветен на дефинирането на тенденциите в дигитализирането на бизнес процесите в българските предприятия - проникване на интернет и ИКТ и използване на В2В и В2С за подобряване ефективността на взаимодействието. Проблемът, който се изследва, е влиянието на големината на фирмата върху скоростта на цифровизация на бизнес процесите през последните 5 години. Прилаганата методология е официалната, прилагана от НСИ, Евростат и ОИСР. По-конкретно се характеризира използването на компютри и интернет от предприятията чрез следните показатели - Предприятията с достъп до Интернет, Предприятията с достъп до интернет по вид на връзката, Заети лица с използване на компютри /

Интернет, Заети лица с Интернет, Уебсайт или Начална страница, Предприятия, използващи интернет за взаимодействие с държавни органи, е- предприятия, които изпращат и / или получават електронни фактури, Предприятия, използващи социални медии, Предприятия, използващи клауд компютинг услуги; На второ място се характеризира електронната търговия, чрез предприятия, които са получили поръчки онлайн, Предприятия, закупили онлайн, Използване на автоматизиран обмен на данни (ADE), Предприятия, използващи софтуерни пакети ERP, Предприятия, използващи софтуерни приложения за управление на информация за клиенти (CRM) Предприятия, които имат формално определена политика за сигурност на ИКТ, Предприятия, които споделят електронно информация за управлението на веригата за доставки.

Проучването се отнася до предприятия с 10 или повече заети лица, класифицирани в следните категории на NACE Rev. 2: Раздел В - "Производство"; Раздел Д, Д - "Доставка на електрическа и топлинна енергия, газ, пара и климатизация", "Водоснабдяване, канализация, управление на отпадъци и дейности по възстановяване"; Раздел Е - "Строителство"; Раздел Ж - "Търговия на едро и дребно; ремонт на моторни превозни средства и мотоциклети "; Раздел З - "Транспорт и складиране"; Раздел І - "Дейности по настаняване и хранене"; Раздел Ј - "Информация и комуникация"; Раздел L - "Дейности в областта на недвижимите имоти"; Отдел 69 - 74 - "Професионални, научни и технически дейности"; Раздел N - "Административни и спомагателни дейности"; Група 95.1 - "Ремонт на компютри и комуникационно оборудване".

Анализите на данните са в контекста на рамката за сравнителен анализ на индекса за цифровите технологии, стратегията на Европа за процъфтяваща цифрова икономика до 2020 г., както и на национално равнище от Министерството на транспорта, информационните технологии и съобщенията за оценка на показателите за "Digital Bulgaria 2015".

Ключови думи: проникване на ИКТ, МСП, Електронна търговия, България

1. УВОД

В ерата на четвъртата индустриална революция, основните бизнес процеси се извършват чрез информационни технологии. Информационно-комуникационните технологии (ИКТ) са средство за изграждането на стабилна фирма и утвърждаването и на пазара с бързи темпове. Развитие на ИКТ е от жизнено важно значение за конкурентоспособността на България в Европа и в съвременната глобална икономика където все по-силно присъствие имат цифровите технологии. Ще разгледаме данните за използване на ИКТ в предприятията за периода 2012-2017г. Анализите за използването на информационно-комуникационните технологии в предприятията са по данни на Националния статистически институт. Изследването обхваща всички предприятия от нефинансовия сектор с 10 и повече заети лица на територията на република България. Предприятията са разделени на три основни групи: малки – от 10 до 49 заети лица, средни от 50 до 250 заети лица и големи с над 250 заети лица.

2. ИЗПОЛЗВАНЕ НА КОМПЮТРИ И ИНТЕРНЕТ ОТ ПРЕДПРИЯТИЯТА

Предприятия с достъп до Интернет. В началото на 2013 г. общият брой на предприятията, които имат достъп до Интернет, достига до 89.1% от наблюдаваните, или с 1.7 процентни пункта повече в сравнение с предходната година. 99.1% от големите компании - с над 250 заети лица, в малките предприятия (10 - 49 заети лица) този относителен дял е 87.4%, които имат достъп до Интернет. През периода 2014-2016г. се откроява спадане на скоростта на дигитализацията - ръст от 0,1 % пункта. Значително повишаване на общият брой предприятия, които имат достъп до Интернет се откроява през 2017г. който достига 94,6%, което означава 100% от големите предприятия, 98,5 за средните и 93,7% за малките предприятия. Това повишение в стойността се дължи на бързо развиващата се нужда от информираност и адекватност на компаниите на пазара.

Предприятия, използващи Интернет с цел взаимодействие с публични институции. За период от пет години се наблюдава устойчива тенденция към увеличаване на дела на предприятията, използващи Интернет за комуникация с публичните институции. Освен за изтегляне и изпращане на попълнените формуляри предприятията използват Интернет и за получаване на информация. Най-нисък е относителният дял на предприятията, използващи Интернет за изпращане на оферти за тръжна система. Най-активни са големите предприятия, следвани от средните. Въпреки, че относителният дял на малките предприятия (до 50 души) са най-слабо представени, техният относителен дял също се е увеличил с над 20%. Тази тенденция на

увеличение се дължи на улеснение на работата с публични институции и скъсяване на времето за обработка на документи.

Предприятия, които имат уеб сайт/уеб страница. През разглеждания период от шест години се измерва общо повишаване на дела на предприятията, които имат уеб сайт/уеб страница - от 42,7% за 2012 до 50,8% за 2017 г. През този период малките предприятия имат сравнително малък напредък от близо 1% на година, докато средните повишават стойностите си с близо 2% за година. Големите предприятия отчитат най-голям процент между 2 и 4 за година, като най- високата стойност е за 2016г. – 86,3%. Това може да се обясни с възможността на съответните да разполагат с отдели, чиято единствена работа е свързана с поддръжката и обновяването на уеб страницата.

Предприятия, които използват облачни услуги

Таблица 1. ПРЕДПРИЯТИЯ, КОИТО ИЗПОЛЗВАТ ОБЛАЧНИ УСЛУГИ
(Проценти)

	2014	2015	2016	2017
Общо	7.7	5.4	6.7	8.0
По големина на предприятията:				
10 - 49 заети лица	7.1	4.5	5.5	6.7
50 - 249 заети лица	10.3	8.4	11.1	11.7
250 + заети лица	12.8	16.0	17.9	28.6

Източник: НСИ

Разглежданият период е от 2014, когато общият дял на предприятията, използващи облачни услуги е 7,7% пункта, до 2017 със нарастваща стойност до 8,0% пункта. Малките предприятия имат намаляващ дял през разглеждания период, като най-нисък е за 2015г. – 4,5%, през следващите две години се повишава с ниски темпове, като през 2017 г. достига 6,7% пункта, което е по-ниско от началото на разглеждания период. Средните предприятия имат сравнително еднакъв темп на повишаване на дела - с близо 2 % за година, като през последната разглеждана година достига до 11,7%. Големите предприятия имат устойчиво нарастване на стойностите през годините близо 4% на година, като най- висока е стойността за 2017г. – 28,6% пункта.

Предприятия, които използват социални медии

Таблица 2. ПРЕДПРИЯТИЯ, КОИТО ИЗПОЛЗВАТ СОЦИАЛНИ МЕДИИ

(социални мрежи, блогове, уебсайтове за споделяне на мултимедия и т.н.)

(Проценти)

	2013	2014	2015	2016	2017
Общо	31.2	27.6	30.3	31.7	34.4
По големина на предприятията:					
10 - 49 заети лица	29.8	26.2	29.5	29.8	33.1
50 - 249 заети лица	37.3	33.9	33.1	39.4	39.1
250 + заети лица	38.4	37.0	40.0	48.2	49.4

Източник: НСИ

При предприятия, които използват социални медии най-голям относителен дял заемат големите предприятия с 49,4 %. На следващо място са средните предприятия с относителен дял от 39,1%. Най-нисък дял - 33,1% имат малките предприятия. Общо от всички регистрирани предприятия 34,4% използват социални медии. След 2014 г. се наблюдава устойчива тенденция на увеличаване на общия дял на предприятията използващи социални мрежи. Може да бъде направен изводът, че социалните мрежи все по-често се използват като канал за бизнес комуникация. Мнението на експертите в сектора е, че тяхното значение ще нараства и в бъдеще.

3. ЕЛЕКТРОННА ТЪРГОВИЯ

Предприятия, които са получавали поръчки онлайн (продажби)

Таблица 3. ПРЕДПРИЯТИЯ, КОИТО СА ПОЛУЧАВАЛИ ПОРЪЧКИ ОНЛАЙН (ПРОДАЖБИ)

(Проценти)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Общо	6.8	7.1	8.6	8.7	8.6	10.5
По големина на предприятията:						
10 - 49 заети лица	6.3	6.8	8.0	8.1	7.9	9.5
50 - 249 заети лица	8.4	7.8	11.5	11.2	11.2	14.6
250 + заети лица	11.0	12.6	12.2	14.4		

Източник: НСИ

При предприятията, които са получавали поръчки онлайн (продажби) през 2017 г. по – голям дял заемат с 18.5 % предприятията с 250 + заети лица. По – малък дял през същата година с 14.5 % заемат 50 - 249 заети лица, най – малък дял с 9.5 % заемат 10 – 49 заети лица. Общо предприятията през 2017 г. заемат 10.5 % относителен дял. Тенденцията на изменение на относителния дял при предприятията които са получавали поръчки онлайн за двугодишен период е да се увеличава. През 2012г. и 2013г. заемат по – малък дял 6,8% и 7,1%. По - голям дял и общо еднакъв имат предприятията през 2014г., 2015г. и 2016г. с 8,6%, 8,7% и 8,6%. През 2017г. дяловете се повишават на 10,5%. Следователно големите предприятия ще получават най - много онлайн поръчки (продажби). Най – рядко и малко поръчки ще имат малките предприятия.

Предприятия, които са закупували стоки или услуги онлайн

Таблица 4. ПРЕДПРИЯТИЯ, КОИТО СА ЗАКУПУВАЛИ СТОКИ ИЛИ УСЛУГИ ОНЛАЙН

(Проценти)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Общо	6.4	6.0	10.6	13.0	10.7	13.0
По големина на предприятията:						
10 - 49 заети лица	5.7	5.7	9.8	12.3	9.5	12.3
50 - 249 заети лица	9.4	6.6	13.9	14.8	15.7	15.4
250 + заети лица	12.2	12.3	19.6	23.9	22.1	22.0

Източник: НСИ

Малките предприятия, използващи облачни услуги, заемат малък дял. Малко повече от 20% заемат големите предприятия, които са с от 250+ заети лица. 15% от средните предприятия (които са с от 50-249 заети лица) са закупували стоки или услуги онлайн. От 2012г. до 2017г. общия дял, които заемат предприятията, които са закупували стоки или услуги онлайн, се увеличава повече от два пъти.

4. ИЗПОЛЗВАНЕ НА АВТОМАТИЗИРАН ОБМЕН НА ДАННИ

Предприятия, които са използвали система за управление на ресурсите (ERP)

Таблица 5. ПРЕДПРИЯТИЯ, КОИТО СА ИЗПОЛЗВАЛИ СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА РЕСУРСИТЕ (ERP)

(Проценти)

	2010	2012	2013	2014	2015	2017
Общо	10.8	19.8	19.7	27.2	24.9	23.3
По големина на предприятията:						
10 - 49 заети лица	8.4	17.1	16.8	24.2	20.7	20.0

50 - 249 заети лица	19.6	29.7	29.7	38.5	41.4	35.5
250 + заети лица	38.0	45.7	46.9	56.9	60.8	59.2

Източник: НСИ

През разглеждания период от 2010 до 2017г. най-активни са големите предприятия, т.к. обемът им на работа, брой заети и финанси е най-голям и имат нужда от обработка. Те са с над 21,2% увеличение, следвани от средните – с 21%. Въпреки, че относителният дял на малките предприятия (до 50 души) са най-слабо представени, техният относителен дял също се е увеличил с над 15%. Друг открояващ се факт е, че едва 8.4% от малките предприятия с 10-49 заети лица са използвали такова бизнес решение през 2010. Въпреки това техният дял към 2014г. се е увеличил тройно в сравнение с 2010г.

Предприятия, които имат официална политика за информационна сигурност

В разглеждания период от 2010г. до 2015г. се откроява тенденция на тройно нарастване на предприятията, които имат официална политика за информационна сигурност, като общите стойности за 2010 са 6,8% пункта, а за 2015г. – 18,6% пункта. Стойностите при малките предприятия за 2010г. са едва 5,4% пункта, като те са се увеличили до 15,4% пункта за 2015г. Тази тенденция следват и средните по големина предприятия със стойности за 2010г. – 10,9% пункта и 29,9% пункта за 2015г. При големите предприятия за периода се отчита 25,2% пункта внедряване на официална политика за информационна сигурност, което показва, че повече от половината големи фирми на пазара са с изградена политика за информационна сигурност.

Предприятия, които са използвали софтуерни приложения за управление на информацията за клиенти (CRM).

В сравнение с 2010 г. общият брой на предприятията, използващи CRM системи се е увеличил с 4,2%. Значително е увеличението при малките предприятия, при които се наблюдава увеличение с 4,1%. Относителният дял на средните предприятия през 2017 г. е 25,7%. Най – голям е относителният дял на големите предприятия, който през 2017 г. достига 32,9%. По – малък дял от малките и средните предприятия използват CRM системи. Една от причините е по – голямата инвестиция, необходима за внедряването им.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Резултатите от анализа на данните от Националният статистически институт за използваните информационни и комуникационни технологии в предприятията показват, че през последните години българските предприятия влагат повече средства и ресурси в информационни и комуникационни технологии.

Тенденцията е положителна и повишаваща се с всяка изминала година. Най - бързо и с най - голям процент е внедряването на технологиите в големите предприятия, тъй като те са по платежоспособни и с по - големи нужди от информационно осигуряване.

Те са следвани от средните предприятия, които с умерен темп внедряват новите информационни и комуникационни технологии в работния си процес.

С най - нисък процент внедрени информационни и комуникационни технологии са съответно малките предприятия, диктувано от ниската им платежоспособност и по - малкият брой заети.

Информационните и комуникационни технологии са улеснение за бизнеса и администрацията. В бъдеще се очаква тенденцията на повишаване броя на предприятията, използващи новите технологии да продължи.

БЛАГОДАРНОСТИ

Изказвам благодарност на моите студенти и преди всичко на Мария Илиева за техническата помощ при подготовката на текста на настоящия материал, разработен в рамките на Споразумението за сътрудничество между ИИИ на БАН и ВУТП, проект „Дигитализация на българската икономика“, както и на съвместния научен проект между ИИИ при БАН и МАНУ, „Българо-македонското икономическо и иновационно сътрудничество: влияние на ИКТ за европейските перспективи“.

ИЗТОЧНИЦИ

- [1] <http://www.nsi.bg/bg/content/2841/%D0%B8%D0%B7%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B7%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%B8%D0%BA%D1%82-%D0%BE%D1%82->

%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B0

- [2] http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/metadata/QuestionnaireICT_ENT_2017.pdf
- [3] http://ec.europa.eu/regional_policy/bg/policy/themes/ict/

THE TENDENCIES AND CHALLENGES OF MOBILE BUSINESS

Miloš Stojanović

Faculty of Applied Sciences, Niš, Union – Nikola Tesla University, milos.s87@hotmail.com

Sonja Becić

Faculty of Applied Sciences, Niš, Union – Nikola Tesla University, sonjabecic5@gmail.com

Jasmina Stanković

Faculty of Applied Sciences, Union – Nikola Tesla University, jasminastankovic966@gmail.com

Abstract: Intensive development of mobile technologies and the increasing utilization of mobile and tablet devices has led to the genesis and evolution of different mobile business models. Starting from the possibility of buying various goods and services, through the use of m-banking services to the using mobile applications for various electronic payment systems, today mobile technology allows almost all the benefits of e-business with a much greater degree of flexibility. In fact, there is almost non-existent company, especially in the area of e-business, which don't want to offer their services to customers via mobile devices. This results in an exponential increase in the use of a range of services enabled by mobile business. However, the successful implementation of services for mobile business means adaptability of mobile applications and web pages to different mobile devices. Also, it is important to point out the different models of mobile business that are still in their emerging, such as mobile applications for operations with cryptocurrencies.

Keywords: mobile business, mobile banking, inovations

IZAZOVI MOBILNOG POSLOVANJA

Miloš Stojanović

Fakultet primenjenih nauka, Niš, Univerzitet Union-Nikola Tesla, milos.s87@hotmail.com

Sonja Becić

Fakultet primenjenih nauka, Niš, Univerzitet Union-Nikola Tesla, sonjabecic5@gmail.com

Jasmina Stanković

Fakultet primenjenih nauka, Niš, Univerzitet Union-Nikola Tesla, jasminastankovic966@gmail.com

Apstrakt: Intenzivan razvoj mobilne tehnologije i sve veći stepen korišćenja mobilnih i tablet uređaja doveo je do geneze i evolucije različitih modela mobilnog poslovanja. Počev od mogućnosti kupovine različitih roba i usluga, preko korišćenja m-banking usluga, do korišćenja mobilnih aplikacija različitih elektronskih platnih sistema, danas mobilna tehnologija omogućuje gotovo sve pogodnosti elektronskog poslovanja uz mnogo veći stepen fleksibilnosti. Naime, gotovo da i ne postoje kompanije, pogotovo u oblasti elektronskog poslovanja, koje ne žele da ponude svoje usluge klijentima i putem mobilnih uređaja. To za posledicu ima eksponencijalni porast korišćenja niza usluga koje mobilno poslovanje omogućuje. Međim, uspešna implementacija servisa za mobilno poslovanje podrazumeva adaptibilnost mobilnih aplikacija i web stranica različitim mobilnim uređajima. Takođe, značajno je ukazati na različite modele mobilnog poslovanja koji su još uvek u povoju, kao što su npr. mobilne aplikacije za operacije sa kriptovalutama.

Ključne reči: mobilno poslovanje, mobilno bankarstvo, inovacije

1.UVOD

Masovno korišćenje i sve veća funkcionalnost mobilnih uređaja uticali su na rast tržišta mobilnih usluga. Cilj ovog rada jeste da kroz analizu relevantnih izvora, pre svega naučno-stručnih radova i statističkih izveštaja prikaže osnovne tendencije u razvoju i korišćenju servisa za mobilno poslovanje, kao i da ukaže na mogućnosti i pogodnosti koje mobilno poslovanje nudi, ali i na ograničenja se koja moraju uzeti u obzir, kako bi kompanije optimizovale svoju poslovnu strategiju.

Sam rad će imati sledeće celine. U II delu rada prikazaćemo osnovne karakteristike mobilnog poslovanja i izazove kojima je potrebno odgovoriti kako bi se iskoristile sve pogodnosti mobilnog poslovanja. U III delu rada prikazani su različiti modeli mobilnog poslovanja počev od najprostijih do veoma sofisticiranih, uz sagledavanje njihovih prednosti i nedostataka. U IV delu rada ukazaćemo na faktore koji utiču na tražnju za uslugama mobilnog poslovanja, stepen korišćenja tih usluga, kako u inostranstvu na osnovu različitih izvora, tako i u Srbiji na osnovu rezultata sprovedenog upitnika. Konačno, u V, zaključnom delu rada, sumiraćemo prethodno donete zaključke i dati predloge na koji način bi se različiti servisi za mobilno poslovanje mogli iskoristiti za unapređenje poslovanja i proširenje spektra usluga koje kompanije pružaju.

2.OSNOVNE KARAKTERISTIKE I IZAZOVI MOBILNOG POSLOVANJA

Osnovne karakteristike mobilnog poslovanja

Iako postoje različite definicije, pod mobilnim poslovanjem ćemo podrazumevati kupovinu i prodaju roba i usluga, transfer i prijem novca, verifikaciju transakcija i realizaciju marketing aktivnosti koje se obavljaju putem mobilnih uređaja (mobilnih telefona, PDA i tablet uređaja). Bez obzira na to da li mobilno poslovanje posmatramo kao segment elektronskog poslovanja ili kao zasebnu celinu koja ima niz dodirnih tačaka sa elektronskim poslovanjem u užem smislu, činjenica je da se implementacijom usluga mobilnog poslovanja ostvaruje niz pogodnosti, među kojima možemo izdvojiti sledeće [1]:

- Zaobilaze se gotovo sva vremenska i prostorna ograničenja, budući da korisnici mobilnih uređaja sada praktično mogu obavljati transakcije sa bilo koje lokacije, bilo kada, u realnom vremenu. To je naročito značajno za „vremenski osetljive“ uslužne sektore kao što su npr. kompanije koje pružaju finansijske usluge. Primera radi, notifikacije o kretanju cena na berzi u realnom vremenu mogu biti od velikog značaja za pojedine grupacije korisnika. Pružanje ove i sličnih pogodnosti za korisnike otvara mogućnosti za povećanje broja klijenata.
- Omogućen je visok stepen lokalizacije, budući da se na osnovu geografske lokacije korisnika mobilnog uređaja može automatski generisati reklamni sadržaj koji se prezentuje korisniku.
- Takođe, moguće je ostvariti i visok stepen personifikacije usluga, budući da su mobilni uređaji veoma pogodni za realizaciju individualno-baziranih strategija ciljnog marketinga. Primera radi, mobilna plaćanja omogućuju lako plaćanje roba i usluga, dobijanje popusta ili zarađivanje i korišćenje „poena lojalnosti“ kako bi se povećao stepen njihove satisfakcije [2].

Inače, smatra se da su osnovni pokretači promena u mobilnom poslovanju pre svega inovacije na polju inovaciono-komunikacionih tehnologija, globalizacija i deregulacija praćena liberalizacijom. Ono što je pritom važno uočiti jeste činjenica da je praktično sektor telekomunikacija fokus svojih aktivnosti prebacio sa prenosa i obrade glasa na prenos i obradu podataka [3].

Izazovi mobilnog poslovanja

Revolucija na polju mobilne tehnologije i samog mobilnog poslovanja veoma često nije sinhronizovana sa promenama u ekonomskom, pravnom i infrastrukturnom ambijentu u okviru kojeg dolazi do navedenih promena. Stoga se kao osnovni izazovi kojima će mobilno poslovanje u budućnosti morati da odgovori mogu navesti sledeći:

- Jedan od osnovnih izazova mobilnih poslovanja odnosi se na samu telekomunikacionu i IT infrastrukturu koja omogućuje sigurno i efikasno mobilno poslovanje. Pre svega, sami korisnici mobilnih uređaja veoma često sumnjaju u sigurnost mobilnih plaćanja, tako da se percipirana sigurnost plaćanja ocenjuje jednako važna kao i stvarna sigurnost plaćanja. Korisnici takođe očekuju da se same usluge mogu obavljati kako na različitim uređajima, uključujući kako mobilne telefone, tako i PDA i tablet uređaje. Takođe, prodavci roba i usluga žele da proces mobilnih plaćanja bude transparentan kako bi ohrabrio korišćenje ovog kanala promocije, distribucije i prodaje. Za sigurnost mobilnih plaćanja su pre svega zainteresovane same finansijske institucije, budući da žele da obezbede kako integritet sopstvenog platnog sistema, tako i sprečavanje prevara, budući da su mobilna plaćanja direktno ili indirektno povezana sa tekućim računom korisnika [4]. Takođe, kao jedna od najvećih kočnica razvoju mobilne trgovine navodi se nedostatak produktivne kooperacije između ključnih stekholdera, pre svega mobilnih operatera i finansijskih institucija, a kao razlozi tome se navode želja za diversifikacijom, debata o tome „kome korisnik pripada“, kao i problemi brendiranja u kooperativnom modelu [5].
- Usklađivanje poslovanja sa postojećim zakonskim i regulatornim okruženjem, ali i uticaj na kreiranje odgovarajućeg pravnog ambijenta. U tom smislu, budući da je u pitanju oblast koja je u manjoj ili većoj meri

neregulisana, veoma je važna podrška države i odgovarajućih institucija razvoju informaciono-komunikacionog sektora, a pre svega mobilnog poslovanja. Primera radi, u SAD-u je „Federal Trade Commission“ (FTC), kao nacionalna komisija za zaštitu prava potrošača je sproveo niz aktivnosti na zaštitu podataka korisnika mobilnih aplikacija [2]. Smatra se da važne inicijatore reformi zakonskih propisa mogu predstavljati i finansijske institucije i različiti elektronski platni sistemi. Primera radi, PayPal koji između ostalog nudi i usluge mobilnog plaćanja je uticao na izmenu i dopunu zakonske regulative u nizu zemalja.

- Kreiranje jednostavnih, lakih za upotrebu i pristupačnih alata, počev od najprostijih aplikacija do složenih aplikacija zasnovanih na naprednim tehnologijama. U tom smislu, veoma je važno biti inovativan i kreirati aplikacije koje će omogućiti prevazilaženje gema između dostupnih m-business rešenja i anticipiranih i tekućih potreba korisnika kako bi se u što većoj meri izvršila diferencijacija u odnosu na konkurenciju [6]. Takođe je veoma važno optimizovati sajtove svojih kompanija kako bi bili pregledni i funkcionalni na različitim mobilnim i tablet uređajima.

3.NOVI MODELI MOBILNOG POSLOVANJA

Kao uvod u nove modele mobilnog poslovanja daćemo kratki prikaz modela mobilnog poslovanja iz kojih je kasnije evoluirao čitav spektar novih modela poslovanja. U grupaciju klasičnih modela mobilnog poslovanja svrstaćemo pre svega kupovinu mobilnog sadržaja, tj. mp3 sadržaja, slika, video klipova ili igrice za mobilne uređaje putem SMS poruka. Ovaj vid mobilnog poslovanja je bio veoma popularan u vreme kada Internet nije bio zastupljen u meri u kojoj je danas, i kada su svi ovi sadržaji bili relativno nedostupni običnom korisniku mobilnog telefona. Međutim, sa masovnijim korišćenjem Interneta opala je tražnja za ovim tipom usluga. Takođe, danas se SMS veoma često koristi za naplatu različitih usluga kao što su npr. računi za fiksni telefon, komunalija, parkinga, kao i za kupovinu i plaćanje gotovo svih roba i usluga za koje konkretna kompanija smatra da mogu biti pogodni za mobilnu prodaju. Ništa manje značajne nisu ni usluge mobilnog bankarstva, pod kojima podrazumevamo pasivni SMS (SMS obaveštenja o stanju i promenama na račun), aktivni SMS (dobijanje informacija o stanju na račun na osnovu SMS upita) i SMS verifikaciju (koja podrazumeva dodatni stepen zaštite korisnika prilikom verifikacije transakcije generisane putem e-banking sistema). Sa razvojem mobilnih uređaja i pojavom pametnih telefona, veliki broj banaka je razvio posebne Java, a kasnije i Android, iOS, Windows mobile i Blackberry aplikacije nude uvid u stanja na računima, obavljanje različitih plaćanja do limitiranog iznosa, ali i druge funkcije.

Brojni elektronski platni sistemi su sa ciljem proširenja asortimana svojih usluga i baze svojih korisnika odlučili da ponude mobilne verzije svojih platnih sistema. Poslednjih godina se sve masovnije koriste i posebne tehnologije mobilnih plaćanja koje su kao posledica nastojanja da se omogući kupovina u realnim prodajnim objektima kao što su prodavnice i megamarket, gde pre svega imamo u vidu NFC plaćanja i plaćanja putem QR barkodova. Takođe, razvoj i širenje kriptovaluta je uticao na razvoj aplikacija koje služe za upravljanje tim valutama. U tom smislu, kao nove modele mobilnog poslovanja izdvajamo mobilne verzije elektronskih platnih sistema, QR plaćanja, NFC plaćanja i mobilne aplikacije za upravljanje kriptovalutama.

Jedan od danas najpopularnijih sistema za plaćanja putem Interneta jeste PayPal. Pored klasičnog načina plaćanja robe i usluge putem Interneta, Paypal nudi i mogućnost plaćanja putem mobilnih uređaja. Procene iz 2012. godine govore o broju od 17 miliona aktivnih korisnika mobilnog PayPal sistema plaćanja. Prema istom izvoru, „PayPal“ je ostvario promet od čak 14 milijardi USD putem mobilnih plaćanja, što je čak tri puta više u odnosu na prethodnu, 2011. godinu kada je iznosio oko 4 milijardi USD. , dok je npr. 2006. godine promet iznosio svega milion USD, što jasno ukazuje na eksponencijalni rast korišćenja ovog vida plaćanja [7]. Sa druge strane, u Kini, najveći elektronski platni sistem, Alipay, krajem 2013. godine imao je oko 300 miliona korisnika, od čega 100 miliona korisnika mobilnog plaćanja. Oni su tokom 2013. godine načinili 12.5 milijardi plaćanja, od čega je 2.58 milijardi bilo ostvareno putem „Mobile Alipay“ servisa, pri čemu je ukupna vrednost tih transakcija iznosila oko 150 milijardi USD, dok je ukupna vrednost mobilnih transakcija PayPal i Square servisa iznosila „svega“ 50 milijardi USD, čime se Alipay pozicionirao kao najveći mobilni platni sistem na svetu [8].

Kada je reč o plaćanjima putem QR kodova. QR(engl. „quick response“) kodovi predstavljaju dvodimenzionalne bar kodove koji sadrže mnogo više informacija u odnosu na jednodimenzionalne. Sam proces plaćanja putem QR kodova zahteva mobilnu aplikaciju za plaćanje putem QR kodova, kao što su npr. PayConnect ili TagPay, a koja je povezana sa nekom platnom karticom putem koje se vrše plaćanja. Ovakve aplikacije omogućuju čitanje QR kodova za svaki pojedinačni proizvod ili onih koji se posebno generišu za svaku grupu proizvoda koju kupac želi da kupi u maloprodajnim objektima. U cilju zaštite korisnika, prvi korak u procesu plaćanja je unos PIN koda, nakon čega se

očitava QR kod (slika se mobilnim telefonom). Time se praktično u aplikaciju učitavaju podaci o tekućem računu prodavca na koji je potrebno izvršiti transfer, iznosu plaćanja i ostale bitne informacije o transakciji. Nakon toga se na osnovu očitanih informacija vrši plaćanje konkretnog proizvoda, usluge ili grupe proizvoda. Međutim, kao i svaki drugi vid plaćanja, i plaćanja putem QR kodova su izložena različitim rizicima, kao što je npr. rizik „štampanih virusa“ (engl. „printed malware“), koji podrazumeva navođenje korisnika da plaćanje vrše na osnovu podmetnutih QR kodova na račune prevaranata (primera radi, prelepljivanjem QR kodova gde god je to moguće). Kao rešenje za ovakve i slične probleme predlaže se centralizovani proces upravljanja generisanjem QR kodova [9]. Takođe, primena ove tehnologije je ograničena u zavisnosti od strukture mušterija u konkretnoj privrednoj grani. Primera radi, korišćenje mobilnih uređaja je daleko manje zastupljeno kod starijih ljudi, tako da su npr. istraživanja u SAD-u pokazala da tržišni segmenti na kojima dominantne mušterije jesu muškarci stariji od 55 godina nije pogodno za ovaj način prodaje proizvoda, kao što je npr. tržište rezervnih delova za automobile gde su kupci takođe i slabijeg imovinskog stanja [10]. Pored samog plaćanja, QR kodovi se mogu koristiti i u marketinške svrhe, budući da je moguće npr. putem QR kodova očitati link, tako da npr. kompanije mogu na pakovanjima svojih proizvoda štampati QR kodove koji će kupce voditi ka linku njihovog sajta.

NFC (engl. „Near Field Communication“) je tehnologija koja omogućuje bežični transfer finansijskih informacija između mobilnog uređaja i NFC POS terminala u prodajnim objektima na udaljenosti od svega 10-ak cm. Jedna od osnovnih karakteristika ove tehnologije mobilnih plaćanja jeste činjenica da ona omogućuje veću sigurnost plaćanja u odnosu na POS terminale koji nisu zasnovani na NFC tehnologiji. Da bi se mogla koristiti NFC mobilna plaćanja, potrebno je da korisnik poseduje specijalni tip SIM kartice (koji uz principu može izdavati samo mobilni operator), kao i poseban NFC čip ugrađen u telefon. Ova tehnologija se koristi u nekim prodajnim objektima kako bi se izbegla krađa podataka sa platnih kartica, odnosno čuvanje informacija o kupcima kako bi se sačuvala njihova privatnost i obezbedio određeni stepen anonimnosti. Međutim, kao ograničenja za masovnije korišćenje ove tehnologije mogu se izdvojiti visoki troškovi implementacije, finansijska regulacija, sigurnosni rizici i dr. [5] Kao najznačajniji rizici za korišćenje ovog modela plaćanja možemo izdvojiti [11]:

- ometanje samog toka plaćanja putem radio talasa, čime se može ugroziti sam proces transakcije ili čak integritet korisnika
- pojava virusa za mobilne uređaje sa ciljem krađe finansijskih informacija koja bi mogla biti sve učestalija sa korišćenjem mobilnih plaćanja
- krađu mobilnog uređaja, što je ekvivalent krađi platne kartice.

Stoga se sa masovnijim korišćenjem ovog modela plaćanja mora voditi računa o upravljanju ovim rizicima. Primera radi, kao mera zaštite korisnika predlaže se automatsko blokiranje NFC funkcionalnosti mobilnog uređaja u slučaju prijavljene krađe mobilnog uređaja, kao i potreba unošenja PIN koda za transakcije iznad određenog iznosa [12]. Mnogi veliki igrači se već bore za osvajanje ovog relativno novog, ali brzo rastućeg sektora. Primera radi, Google je već razvio Google wallet, Android aplikaciju koja omogućuje NFC mobilna plaćanja na osnovu smeštenih podataka o kreditnim ili debitnim karticama i sl. Takođe, sve je veći broj mobilnih uređaja koji podržavaju NFC. Smatra se da će upravo NFC tehnologija u budućnosti biti glavni faktor koji će uticati na omasovljenje mobilnih plaćanja [13]. Prema procenama, zaključno sa 2012. godine je postojalo 200 milijardi NFC mobilnih uređaja i 4 miliona NFC POS terminala [12].

Verovatno najnoviji model mobilnih plaćanja predstavljaju mobilne aplikacije za upravljanje kriptovalutama. Pod kriptovalutama podrazumevalo decentralizovane „peer-to-peer“ virtuelne valute. Najreprezentativniji predstavnik kriptovaluta jeste Bitcoin, koji je ujedno i prva kriptovaluta nastala 2009. godine. Omogućuje direktna plaćanja putem Interneta uz veoma niske provizije na određenom broju sajtova. Iako je broj tih sajtova relativno mali, njihov broj je sve veći budući da sve veći broj trgovaca počinje da prihvata Bitcoin kao sredstvo plaćanja. Pored desktop aplikacije za plaćanja u ovoj valuti, danas postoji i niz Android aplikacija koje omogućuju da se sva plaćanja i transferi Bitcoin-a vrše pomoću mobilnog telefona ili tablet uređaja. Jedna od najpoznatijih aplikacija jeste „Bitcoin Wallet“. Između ostalog, ova aplikacija omogućuje sledeće pogodnosti: primanje i slanje Bitcoin-a putem NFC tehnologije, bar-kodova (engl. „QR-codes“), plaćanja putem Bluetooth-a čak i u slučaju kada mobilni uređaj nema pristup Internetu, prikaz salda u Bitcoin „novčaniku“, primanje notifikacija o primljenim Bitcoin-ima, konverzija u različite nacionalne valute ili iz tih valuta u Bitcoin itd. Pored ove, na „Google Play“-u postoji i niz drugih Android aplikacija za različite kriptovalute, kao što je npr. „Crypto Miner“, koji omogućuje „rudarenje“ različitih kriptovaluta, kao što su npr. Bitcoin, Litecoin, Yacoin, Quarkcoin. Kao što se može zaključiti, za razliku od svih prethodno navedenih mobilnih aplikacija i servisa koji omogućuju slanje novca, primanje novca ili plaćanja, u ovom

slučaju imamo aplikaciju koja omogućuju „zaradivanje“ novca izraženog u kriptovaluti. Ipak, s obzirom na relativno slabe performanse mobilnih telefona u odnosu na računare, kao i s obzirom na niz drugih faktora koji određuju zaradu po osnovu „rudarenja“, ta zarada je praktično zanemarljiva. Ranije su čak i na „App Store“-u postojale Android aplikacije za Bitcoin, kao što su npr. „Blockchain“ i „Coinbase“. Međutim, „Apple“ je uklonio te aplikacije [14]. Najveće ograničenje za korišćenje Bitcoin-a, pre svega iz perspektive kompanije koja bi želela da prodaje svoje proizvode za Bitcoin, jeste regulatorno pitanje, budući da on između ostalog otvara mogućnosti za poresku evaziju i obavljanje kriminalnih radnji, tako da je danas sve veći broj zemalja u kojima se transakcije u Bitcoin valuti u manjoj ili većoj meri regulišu ili ograničavaju. Takođe, značajno ograničenje može predstavljati nestabilnost deviznog kursa Bitcoin-a i nepredvidiva budućnost, s obzirom na nedavni krah MtGox-a, najveće berze za trgovinu Bitcoin valutom.

4.OBIM I FAKTORI KORIŠĆENJA USLUGA MOBILNOG PLAĆANJA

Prema procenama iz 2004. godine, oko 60 miliona korisnika mobilnih plaćanja u ukupnom iznosu od 50 milijardi USD [4]. Prognoze govore da će 2017. godine ukupna vrednost mobilnih plaćanja na globalnom nivou iznositi 13 biliona USD [12]. Tražnja za uslugama mobilnog poslovanje je veoma dinamična i kompleksna kategorija koja zavisi od velikog broja faktora. Ovi faktori se menjaju tokom vremena sa promenom tehnologije, a takođe u velikoj meri zavise i od samog životnog standarda i navika stanovništva.

Primeru radi, u Japanu, uspeh usluga mobilne tehnologije se između ostalog pripisuje velikoj koncentraciji stanovništva u gradovima i dugotrajnim putovanjima u gradskom prevozu [4]. Prema podacima iz 2010. godine, tokom decembra meseca oko 9.8 miliona korisnika mobilnih uređaja (10% ukupnog broja) koristilo je usluge mobilnog plaćanja. Od njih, najveći deo je mobilna plaćanja koristilo u maloprodajnim objektima (7.6 miliona), na automatima (3.2 miliona), u javnom prevozu (2.7 miliona), restoranima (1.5 miliona) [15].

Sa druge strane, u Kini se relativno malo učešće mobilne trgovine u ukupnim plaćanjima (i pored realnog povećanja) objašnjava činjenicom da je dominantni način kupovine i dalje offline kupovina. Kao razlozi zbog kojeg se korisnici Interneta u Kini odlučuju za mobilna plaćanja navode se: udobnost plaćanja, efikasnost transakcije, ograničena vrednost transakcija (čime se sprečavaju veći gubici), sigurnost plaćanja i pristup Internetu. Sa druge strane, razlozi zbog kojih korisnici Interneta u Kini ne koriste mobilna plaćanja u većoj meri se pre svega odnose na sigurnost plaćanja, a u nešto manjoj meri na neudobnost prilikom plaćanja, probleme sa Internet konekcijom, ograničenu vrednost transakcija i dr. U suštini, 51,7% korisnika smatra mobilna plaćanja relativno sigurnim, 40% korisnika ne baš sigurnim, dok svega 2,1% korisnika mobilna plaćanja smatra potpuno sigurnim, a 6,2% potpuno nesigurnim načinom plaćanja. Stoga, može se reći da najveća kočnica razvoju mobilne trgovine predstavlja precepcija mobilnog plaćanja kao veoma nesigurnog, zbog čega većina korisnika očekuje povećanje sigurnosti mobilnog plaćanja, zakonsku zaštitu potrošača, povećanje efikasnosti transakcija, ponudu drugih metoda mobilnog plaćanja, kao i omogućavanje međunarodnih transakcija [16]. Takođe, procene iz jula 2013. govore da od 591 miliona korisnika Interneta u Kini čak 78.5%, odnosno oko 464 miliona koristi mobilni internet, što je uticalo na razvoj mobilnog plaćanja. Primeru radi, China Mobile kao mobilni operator je otvorio mogućnost plaćanja gradskog prevoza i karti za bioskop putem mobilnih telefona. Međutim, i pored toga, svega 17.1% korisnika mobilnog interneta je bar jednom vršilo plaćanje putem mobilnog telefona (u SAD-u u isto vreme to učešće iznosi 12%). [17] U Kini, prema podacima iz 2013. godine, oko 71.2% stanovništva nije koristilo usluge mobilnog plaćanja tokom te godine, dok od 29% onih koji su koristili mobilna plaćanja tokom prošle godine 17.3% je koristilo sve 1-2 puta mesečno, 7,8% 3-6 puta mesečno, 2.9% 7-10 puta i svega 0.9% više od 10 puta mesečno, što ukazuje na relativno mali procenat stanovništva koji redovno koristi mobilna plaćanja. Pritom bi najveći broj korisnika mobilna plaćanja želeo da koristi za plaćanje telefonskih računa i komunalija (71,7%), svakodnevnu trgovinu (33,9%), ulaznice, karte i rezervacije (31,5%) i NFC plaćanja (17,4%). Takođe, najveći broj plaćanja je realizovan preko platnih servisa poput Alipay-a, zatim slede banke, i konačno telekomunikaciona preduzeća. Kao metode plaćanja uglavnom se koriste mobilne aplikacije i veb sajtovi SMS plaćanja, a nešto manje plaćanja putem QR kodova i NFC plaćanja [16].

Prema procenama iz 2013. godine, 87% stanovnika SAD-a poseduje mobilni telefon, od čega je 44% „pametnih telefona“, a 12% njih je izvršilo mobilno plaćanje u proteklih 12 meseci, pri čemu je u 47% slučajeva izvršeno plaćanje računa. Najčešći razlog (u 42% slučajeva) zbog kojeg je učešće mobilnih plaćanja relativno malo u odnosu na broj mobilnih korisnika jeste nesigurnost ove tehnologije plaćanja, mada postoje tendencije povećanja broja korisnika mobilnih plaćanja [2]. Istraživanja iz 2012. u SAD-u pokazuju da su da je oko 21% korisnika mobilnih

telefona koristilo neku uslugu mobilnog bankarstva u poslednjih godinu dana, pri čemu su uglavnom želeli da provere stanje na svojim računima ili da imaju uvid u poslednju transakciju (90%), dok su u nešto manjem procentu koristili za transfer novca između dva računa, primanje SMS obaveštenja od strane banke, plaćanje računa, lociranje najbližeg bankomata, i sl. Ostali ispitanici (njih 79%) koji nisu koristili usluge mobilnog bankarstva u poslednjih godinu dana navode da ih nisu koristili uglavnom iz razloga što su svoje potrebe za bankarskim uslugama zadovoljavali i bez mobilnog bankarstva (57%), što su zabrinuti za sigurnost mobilnih plaćanja (48%), kao i iz razloga što mobilni telefon ne smatraju pogodnim uređajem za mobilna plaćanja. Ipak, razlog ovoj pojavi treba tražiti u činjenici da među korisnicima banakrskih usluga ima puno starijih ljudi koji nisu otvoreni ka novim tehnologijama. Naime, iako je među ispitanicima bilo svega 22% njih koji su stariji od 18 a mlađi od 29 godina, oni čine čak 44% korisnika usluga mobilnog bankarstva. Stoga se može očekivati povećano korišćenje ovih usluga u budućnosti [18].

Kako bismo ispitali obim i strukturu korišćenja mobilnih plaćanja u Srbiji i stavove korisnika po pitanju ovih usluga, sproveli smo istraživanje putem upitnika. Upitnik je obuhvatio 214 punoletnih ispitanika sa teritorije Srbije (pri čemu je 95% ispitanika starosti između 19 i 38 godina) u intervalu od 20. do 27. marta 2014. godine. Rezultati ankete su pre svega pokazali sledeće:

- Preko 85% ispitanika je navelo da ne koristi mobilno plaćanje za kupovinu slika, muzike, klipova ili video igrice za mobilne telefone, a među onima koji koriste, 50% njih koristi svega 3-5 puta godišnje. Jedini izuzetak su usluge plaćanja parkinga koji 14% ispitanika koristi 3-4 puta godišnje, 12% ispitanika 5-10 puta godišnje, 12% ispitanika 2-3 puta mesečno, 11% njih barem jednom nedeljno i 3% svakodnevno.
- Usluge mobilnog bankarstva se koriste u nešto većem procentu, pri čemu SMS obaveštenja o stanju i promenama na računima 9% ispitanika koristi svakodnevno, 32% veoma često, 19% retko, a 41% ne koristi ovu uslugu, dok je broj onih koji koriste SMS upite i SMS verifikaciju transakcija veći od 70%.
- Usluge PayPal mobilnih plaćanja je navelo da koristi svega 3% ispitanika, QR kodove 2%, a NFC plaćanja i BitCoin mobilne aplikacije svega 1% ispitanika. 27% ispitanika je dobro upoznato sa PayPal mobilnim plaćanjem, a manje od 6% sa QR, NFC i Bitcoin mobilnim plaćanjima, dok preko 60% ispitanika ne zna šta su to NFC i QR plaćanja, a 53% ne zna šta su to Bitcoin mobilna plaćanja.
- Kao glavne prepreke za korišćenje mobilnih plaćanja ispitanici su naveli da:
 - im nije udobno da plaćanja vrše putem mobilnih ili tablet uređaja (28%),
 - njihovi telefoni nemaju mogućnosti za korišćenje različitih aplikacija (26%),
 - smatraju da ta plaćanja nisu sigurna (24%),
 - u najvećem broju prodajnih objekata ne postoji mogućnost mobilnih plaćanja (23%).

Ono što se može zaključiti na osnovu ovih rezultata, jeste da se mobilna plaćanja relativno malo koriste u Srbiji, osim u slučajevima kada je to jedini način plaćanja usluge (npr. parking servis), i to su u suštini SMS plaćanja. Takođe, zaključujemo da rezidenti Srbije nisu u dovoljnoj meri informisani o novijim modelima mobilnih plaćanja, a što je pre svega posledica činjenice da mnogi od ovih modela nisu u širokoj upotrebi u prodajnim objektima, kao i činjenice da njihovi mobilni uređaji ne podržavaju sve mobilne aplikacije. Takođe, prisutan je određen stepen nepoverenja prema mobilnim plaćanjima, ali je ipak relativno nizak s obzirom da su ciljna grupa istraživanja bili mladi od 19 do 38 godina, što nam ukazuje na činjenicu da mladi poseduju relativno malu averziju prema korišćenju mobilnih plaćanja. Stoga je potrebno raditi kako na uvođenju novih modela mobilnih plaćanja, tako i na masovnom informisanju korisnika o njihovim karakteristikama kako bi se minimizovao jaz između stvarnog i percipiranog rizika korišćenja mobilnih plaćanja.

5. ZAKLJUČAK

Uzevši u obzir brzinu razvoja mobilnih telefona, možemo reći da oni po svojim funkcijama sve više postaju kompjuteri u malom, uz zadržavanje fleksibilnosti i portabilnosti kao osnovnih razlika u odnosu na klasične računare. Sa druge strane, prisutna je tendencija sve masovnijeg korišćenja mobilnih telefona, što je dovelo ne samo do implementacije postojećih elektronskih modela poslovanja na mobilnim uređajima, već i do geneze i evolucije potpuno novih modela poslovanja. Paralelno sa tim, odvija se i proces eksponencijalnog povećanja korišćenja mobilnih plaćanja u svakodnevnom životu.

Međutim, postoji niz prepreka za uspešnu implementaciju mobilnog poslovanja, koji se odnose kako na kompatibilnost aplikacija i veb portala sa različitim mobilnim uređajima, tako i na niz sigurnosnih rizika i samu percepciju sigurnosti mobilnih plaćanja od strane korisnika. To je naročito izraženo u slučaju novijih modela

mobilnih plaćanja koji su još uvek nepoznanica za veliki broj korisnika. Stoga je potrebno raditi kako na upravljanju realnim rizicima mobilnog plaćanja, tako i na samoj promociji mobilnih plaćanja i eliminisanja gega između stvarnih rizika i rizika percipiranih od strane korisnika putem odgovarajuće edukacije. Takođe, potrebno je uzeti u obzir i uticaj regulacije i velikih igrača kao što su elektronski platni sistemi, mobilni operateri, proizvođači mobilnih uređaja i finansijske institucije u kreiranju institucionalnog i infrastrukturnog okruženja u okviru kojeg se vrše mobilna plaćanja.

LITERATURA

- [1] R. Gurusarajan, H-S Tsai (2005), “Mobile business: An exploratory study to define a framework for the transformation process”, In: *APDSI 2005*, Available: https://eprints.usq.edu.au/200/1/APDSI-1-m-business_2005.pdf
- [2] Ftc.gov (2013), “paper, plastic... or mobile? An FTC workshop on mobile payments”, FTC Staff Report, Available: http://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports/paper-plastic-or-mobile-ftc-workshop-mobile-payments/p0124908_mobile_payments_workshop_report_02-28-13.pdf
- [3] M. M. Al-Debei, D. Avison (2011), “Business model requirements and challenges in the mobile telecommunication sector”, *Journal of Organisational Transformation & Social Change*, Volume 8 Issue 2 (08 December 2011), pp. 215-235, Available: https://www.academia.edu/194391/Business_Model_Requirements_and_Challenges_in_the_Mobile_Telecommunication_Sector
- [4] Y. Liu, X. Cao, L. Dang (2006), “Mobile payment”, *Enabling Technologies for Wireless E-Business 2006*, pp 233-252
- [5] C. Guidobaldi (2011), “Mobile proximity payment: ecosystem and overview of NFC technology”, *Altran Italia Technology Review* No. 7 - October 2011, Available: <http://euro.ecom.cmu.edu/resources/elibrary/epay/MobileProximity.pdf>, p.25-40.
- [6] UNECE (n.d.), “Mobile business”, Available: http://www.unece.org/fileadmin/DAM/cefact/publica/ece_trade_399-MobileBusinessBrochureE.pdf
- [7] Paypal-media.com (2011), “Paypal mobile fast facts”, Available: https://www.paypal-media.com/assets/pdf/fact_sheet/PayPal_mobile_fast_facts.pdf
- [8] Businessinsider.com (2014), “Alipay overtakes PayPal as the largest mobile payments platform in the world”, Available: <http://www.businessinsider.com/alipay-overtakes-paypal-as-the-largest-mobile-payments-platform-in-the-world-2014-2>
- [9] R. Yin, Z. Zhang, N. Baldwin, M. Senior, “perceived security risks of using Quick Response (QR) codes in mobile computing with smart phones”, Available: <http://faclistaff.uww.edu/yin/ur-chronicle/ICETS-2013-QR-Code-Full-Paper-0409.pdf>
- [10] D. Gura, K. O’Shea, A. Reddy, M. Sabatté (2011), “QR codes”, Available: <http://www.kellogg.northwestern.edu/faculty/greenstein/ftp/Teaching/papers/QRcodes.pdf>
- [11] S. Recca (2012), “Security risks surrounding Near Field Communication”, Available: <http://www.coloradotech.edu/resources/blogs/september-2012/near-field-communication>
- [12] G. Jones, M. Molina, M. Page (2013), *The Mobile Economy 2013*, ATKearney, London, 2013, Available: http://www.atkearney.com/documents/10192/760890/The_Mobile_Economy_2013.pdf
- [13] A. F. A. F. Cruz (2011), “NFC and mobile payments today”, Available: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.221.9192&rep=rep1&type=pdf>
- [14] PCWorld.com (2014), “Apple removes Blockchain, last Bitcoin wallet app, from iOS App Store”, Available: <http://www.pcworld.com/article/2095060/apple-removes-blockchain-last-bitcoin-wallet-app-from-mobile-store.html>
- [15] Ipcarrier.blogspot.com (2011), “Mobile payments used by 10% of Japanese mobile users”, Available: <http://ipcarrier.blogspot.com/2011/02/mobile-payments-used-by-10-of-japanese.html>
- [16] China Internet Watch (2013), “Report - China mobile payment user behavior 2013”, Available: <http://www.chinainternetwatch.com/5403/report-china-mobile-payment-user-behavior-2013/>
- [17] T. Zhou (2014), “An empirical examination of initial trust in mobile payment”, *Wireless Personal Communications*, (January 2014)

- [18] U. Bul (2012), “What leaky ducts, bank text alerts and mobile payments have in common”, Available>
<http://blog.unibulmerchantservices.com/what-leaky-ducts-bank-text-alerts-and-mobile-payments-have-in-common/>

THE OPINION AND ATTITUDE OF YOUNG AND MIDDLE AGED CITIZENS ABOUT ONLINE MEDIA BROADCASTERS AND SOCIAL NETWORKS IN KOSOVO

Lirie Aliu

Faculty of Contemporary Social Sciences, SEEU, Macedonia, liridion@gmail.com

Abstract: The media power is a barometer of democracy and it is considered as the oxygen of democracy. The aim of the research is to take the opinions of citizens of different ages and their comparison regarding the credibility and assessment of Kosovo's media and social networks. Raised survey question was "What are the opinions of Kosovo citizens regarding ethics in online media and what is their belief about political impact? Survey approach is quantitative with 368 random respondents from more than 2/3 of Kosovo region. Results are collected with valid questionnaires, given in frequency and percentage. Outcomes: age groups up to 30 years old were with elementary education, while groups over 46 years old mostly were of superior education. Ages up to 30 years old use smart phones for information on online networks (70%), the group over 46 years old (48%). In both groups only 26% to 32%, believe that cyber journalism has enough time for research and editing. 89% -90% think and believe that there is a political pressure in the media, and almost as much believe and expect in obtaining of a denigration law as soon as possible, over that the journalist should have boundaries with the news. 40% -48% of respondents believe that there is ethics in the media, and most respondents hinder the phenomenon where everyone can be a potential publisher. Public opinion believes very little in ethics in the media and social networks, alluding to their politicization. The data show that more attention should be paid to ethical codes and more courage for autonomous journalism.

Keywords: Online media, ethics, politics, social networks approach

1. INTRODUCTION

The media power is a barometer of democracy and it is rightly considered as the oxygen of democracy. Media freedom is one of the main pillars for the functioning of a democratic society as "the fourth power" of a state after the powers such as legislature, the decision-making and the judiciary.¹¹⁵ Today, "online journalism, according to those who produce manifestations on its behalf, represents a world-historical development - not so much because of the expressive power of the new media rather than because of its approach to producers and consumers." Everyone, in turn, can be a producer and customer of news.¹¹⁶ Every country experiencing the journey towards the processes of political transformation has undoubtedly specific and unique experience. In a previous definition of scholars T Karl and C Schmitter, transition is just a big period of political insecurity. The change of regimes is undoubtedly a difficult process.¹¹⁷ In this study, we tried to discuss the doubts that appear in Online Media and social networks which often report unreliable and unproven news. It's clearer to recognize who is the first to report news, with a bombastic title in order just to get a click. Online media studies are more than necessary in Kosovo. The study's discussion will focus on media associations about information resource issues and ethical codes. The study aims to support and protect the ethics of free, independent and responsible media in Kosovo. Although every online newspaper is responsible for its articles, yet a cyber journalist must protect the intellectual property, justice and credibility of its information. We have all seen how television is in search of the spectators and in realizing the great postulate "if you're visible, you're successful" produces infinite information that no one can synthesize everything or understand what's going on.¹¹⁸ In other hand, the word "journalist" is totally unprotected, everyone ("if fancy") can be called "journalist", and, of course, be hired as such!¹¹⁹ Another reason for faded confidence in media news is the prior verification of news. Very rarely, journalists pay close attention to the true news but publish "pink-style" news when it comes to corruption, scandal, election reporting, court reporting, and other forms of news. On the one hand,

¹¹⁵ BACAJ Valmir, 2010, Roli i medieve të lira për shoqërinë demokratike, artikull, Telegrafi, botuar më 19.11.2010

² CORNIA, A. Sehl, A. and Nielsen, R. K. 2016. Editorial Analytics: How News Media Are Developing. Oxford: RISJ.

¹¹⁶ WILKINS LEE, Clifford G. Christians. (2009). "The Handbook of Mass Media Ethics". Routledge, New York

¹¹⁷ ZOTAJ, Elda. 2014, Tranzicioni politik dhe roli i tij në marrëdhëniet e Shqipërisë me Bashkimin Evropian, temë doktoranture/pdf

¹¹⁸ ibid

¹¹⁹ MEKULI, Gzim, 2013, Etika në media dhe përgjegjësia e publikut, artikull botuar ne portalin telegrafi më 01.11.2013,

the entire Balkans has a high Internet penetration in the population, but Kosovo, according to the Information and Communication Technology Association, has an internet penetration of up to 84.8% at home, while users share about 76.6% of it. In Kosovo, are on average 9 internet (Wi-Fi) networks for each kilometre. On the other hand, media education almost does not exist in schools. A few years ago, "media education" has been started as a subject only at university level.¹²⁰ In general assessment, as in empirical research, traditional media websites continue to remain the most important and most popular source of news for the online audience.¹²¹ To deal with facts and reporting results that contradict these convictions, the journalist must be very courageous. The journalist is dedicated to accuracy, which starts with the correct writing of a name, and refuse to accept unproven things, no matter how privileged the authority or expert inform them.¹²² Media self-regulation is not censorship or self-censorship. It has to do with setting minimum principles for ethics, accuracy, individual rights and so on while preserving editorial autonomy in the reports and opinions expressed.

- **Why need to self-regulate?**

Only because editorial freedom is preserved; State intervention is minimized; Media quality is encouraged; Media accountability is witnessed; Media readers are allowed to access. Is it self-regulation with a foolproof print? No one is perfect. In addition, publicly-criticized reviews will always be perceived as inaccurate by those who are being analyzed. Self-regulation comes to the aid of the media to respond to legitimate complaints and to correct mistakes encountered during the work. What should be the role of society in formulating the code? Counsellors and drafters of the code should seek legal advice, should refer to previous codes and browse domestic and international literature. However, we must not forget that these professionals and organizations have their own specific interests and their suggestions should be seen with some distance and reservation as well as the creation of press councils in new democracies.¹²³ In an article published in the online newspaper 'Life in Kosovo', was written that "False news can make inaccurate conclusions about the real world situation-for example, making it harder for voters to figure out which election candidates they prefer by pointing out some in-existing problems".¹²⁴ It may be a long struggle, but some independent media and civil society organizations in the Balkans are determined to counter the wave of false news and misinformation that "overthrow" the Balkans.¹²⁵ The Code of Ethics represents a summary of ethical norms and rules regarding the most important ethical issues encountered in journalism.¹²⁶ On the other hand, the judiciary system still lags behind with the capacity to enforce media laws and legislation on their protection.¹²⁷ On 25.01.2017, a law on the Independent Media Council (IMC) was adopted as a regulation for media service providers whether it is audio or audio-visual. The purpose of this regulation determines the rights and obligations of media service providers, regardless of the mode of transmission in the Republic of Kosovo, in order to guarantee the protection of media pluralism and public interest. (IMC), Law 04 / L-44.¹²⁸

2. METHODOLOGY

After choosing the topic, a questionnaire survey was compiled and it provides enough data for the purposes of the study. The survey is prepared based on valid references. (OSCE, 2017),¹²⁹(PROGNI, 2012)¹³⁰,(ZOTAJ 2014).¹³¹ Part I of the questionnaire contains 2 questions that give us demographic data on place, age and education. The second part of the questionnaire contains 12 close-ended questions with 2 options, yes/no answers and multiple

¹²⁰ HOXHA, Abit, 2017, Demensia digjitale dhe media në Kosovë,

¹²¹ ZGURRI, Rrapo, 2012, art, Gazetaria , profesioni që mësohet duke praktikuar, EU Journalism Observatory, (EJO), 03.08.2012

¹²² Wikipedia, 2017, Cilësitë e një gazetari, Kjo faqe është redaktuar për herë të fundit më 21 shtator 2017, në orën 22:21

¹²³ Miklós Haraszti, Përfaqësuesi i OSBE-së për Lirinë e Medias, Redaktuar nga Adeline Hulin dhe Jon Smith, 2008 , Zyra e Përfaqësuesit për Lirinë e Medias, Vienë, Udhëzues për vetërregullimin e mediave/pdf

¹²⁴ PREBREZA, Visar, 2017, Lajm i Rremë për Sondazhe në Emër të Institutit 'Gani Bobi' artikull në gazetën.Jeta në Kosovë,

¹²⁵ Jeta në Kosove, 2017, Fillon Lufta Kundër Makinerive të 'Lajmeve të Rreme' në Ballkan-artikull, botuar më : 07.12.2017

¹²⁶ HASANALIJAJ, Inva, 2017, Portalet informative, gazetarët nën presionin e klikimeve, 10 qershor , 2017

¹²⁷ OSCE, 2014, Liria e mediave dhe siguria e gazetarëve në Kosovë-Raport, botuar në Qershor 2014.pdf

¹²⁸ KPM,2017, Rregulluesit për ofruesit e shërbimeve mediale audio dhe audiovizuale, KPM/2017/02

¹²⁹ OSCE, 2014, Liria e mediave dhe siguria e gazetarëve në Kosovë-Raport, botuar në Qershor 2014.pdf

¹³⁰ PROGNI, Luljeta, 2012, Vlerësimi dhe ndikimi i internetit e rrjeteve sociale në politikën shqiptare, art, Metropol,12 nëntor 2012,

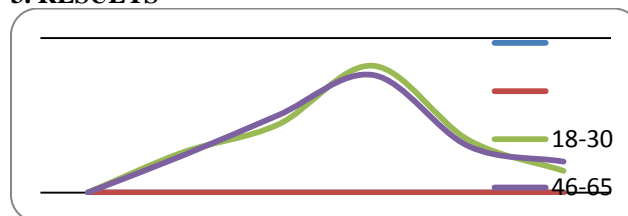
¹³¹ ZOTAJ, Elda, 2014, Tranzicioni politik dhe roli i tij në marëdhëniet e Shqipërisë me Bashkimin Evropian, temë doktoranture/pdf

answers. The questions were oriented to measure respondents' opinions about online media, media credibility, the source of technology-based information, the things that hold back online journalism and their access to influence and ethics in media. The careful selection of the literature, including legal documents, approved media regulations, ethical codes, journalist's profession, different news sources, fake news. Also were found published articles in newspapers and magazines other than authors of the field of journalism about the news impact on political events. The selected material has been adequate to determine the hypotheses of the study, and the orientation. The theoretical background has been the main supporter to formulate questionnaire for survey. The source of the information is written after each printed material and at the end presented in the bibliography. Some parts of the material are listed as they were from the author. A survey is conducted among 368 respondents from more than eight (8) municipalities in Kosovo. (Prishtina, Gjilan, Ferizaj, Peja, Podujeva, Kaçanik, Viti, Kamenica etc.), of different sex, ages and backgrounds with an accompanying description of the survey, where it is clearly described what are the goals of this study and anonymity will be respected. Survey was conducted during the December 2017 to February. 2018. The respondents were selected randomly. Structured questionnaire interview was conducted at the respondent occurrence. Each interview was conducted one by one without any influence from others. Respondents were of different professions; teachers, professors, doctors, nurses, economists, students, unemployed etc. There were no delimitations except age. All respondents were over 18 years old. All survey questionnaires were set from 1 to 368, and then inserted into the Excel database. After the counting, results tables were prepared. The survey approach is of a quantitative type. Samples of the study were randomly chosen from more than half of the countries in the territory of Kosovo. The analysis is done with adequate statistical methods while the presentation of results is done with frequency and percentage. Findings are presented in tables, graphical and diagrammatic order. The purpose of this paper was to get citizen opinion of different ages, and compare their opinions regarding the credibility and opinion about online media and social networks. Survey question: What are the opinions of Kosovo citizens regarding ethics in online media and what is their belief about political impact? H1- There is no significant difference between age groups regarding opinions about online media, social networks ethics and political influence. H2- The younger age groups obtain more online information from smart phones, while middle-aged age-groups get this information more from work and personal computers. Table 1 shows the age and education of the of the survey participants.

Age Groups							Total:	
	18-30		46-65					
N	255		113				368	
%	69%		31%				100%	
	Primary		Elementary		Superior			
Age	18-30	46-65	18-30	46-65	18-30	46-65	18-30	46-65
N	6	4	166	33	83	76	255	113
%	3%	3%	65%	29%	32%	67.5%	69%	31%

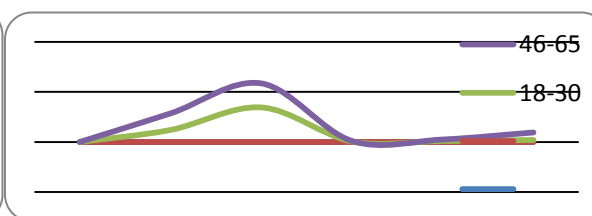
Tab 1. Age group and Education

3. RESULTS



Graph 1. One click information?

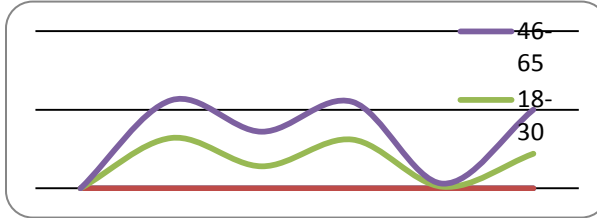
Graph1. Shows that 13% and 12% respectively of the two groups, think it is extraordinary, 22 respectively 25% it is efficient, 41% and 38% respectively have responded that it is quick information, 17%, respectively 15% think of them as somewhat suspicious and 7%, respectively 10%, consider it as a cost-free approach. Graph2. Shows that both age groups access their social and media platform as in follow: 24%, respectively 33% in their personal



Graph 2. Information approach technology

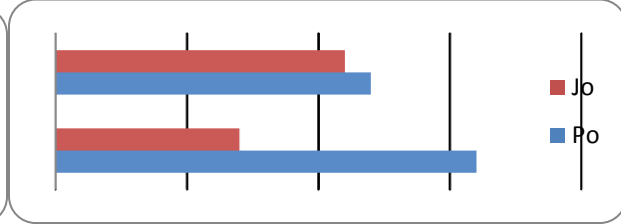
computers, 69% and 48% respectively by smart phone, 1% in both groups use public computers, 2% and 3% respectively use different tablets, while desktop computers for social networking use 4% and 15% respectively.

• **Cybernetic Journalism**

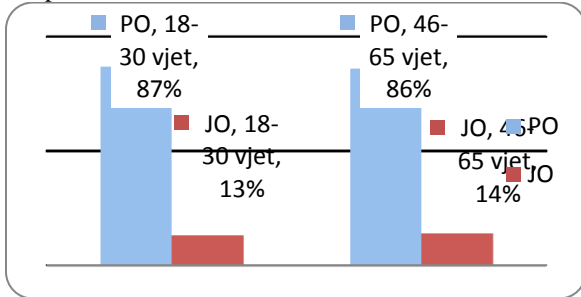


Graph 3. Time to review and edit news?

Graph3. Opinions of respondents of both age groups, 32% and 24% respectively think that cyber journalism has enough time to review and edit the news, 14% and 22% think there's no time, 31% and 24% respectively, think maybe a little, 1%, and 2%, respectively, there's no time at all, and 22% respectively 28% responded that this depends on the importance of the news. **Graph4.** Shows that 89% and 90% respectively believe that pressure from the political individuals exist in the media, 10% and 11% respectively do not believe that.

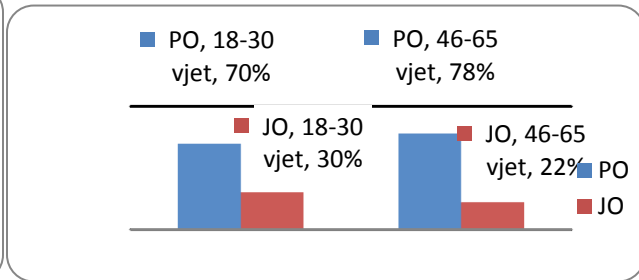


Graph 4. Political Pressure?

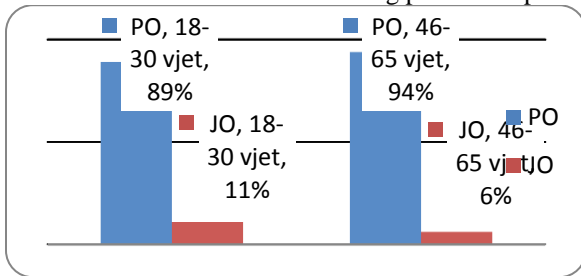


Graph 5. Obtaining a defamation law?

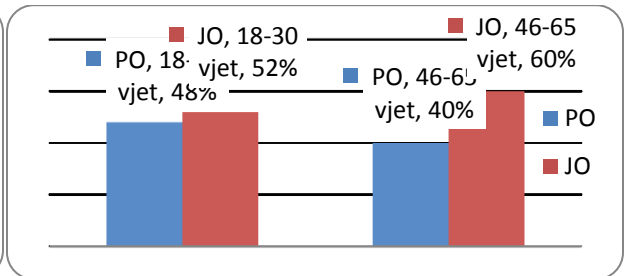
Graph5. Graph shows the opinion of the survey respondents if a defamation law can be obtained for online news. 87% answered with yes, 86% with no. **Graph6.** Shows that 70%, respectively 78% of respondents notice the difference in media treatment among public and political individuals.



Graph 6. Treatment of public and political individuals?



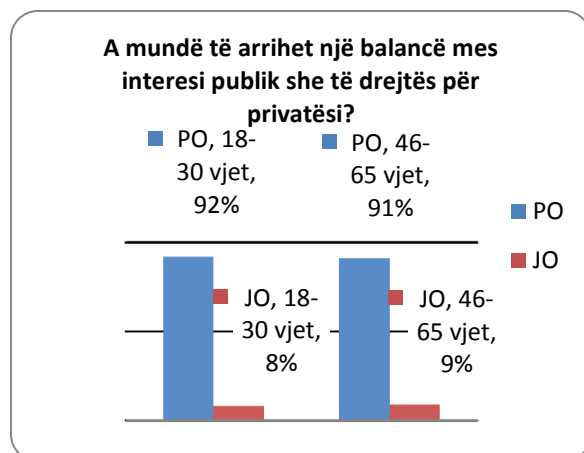
Graph 7. Journalist red lines?



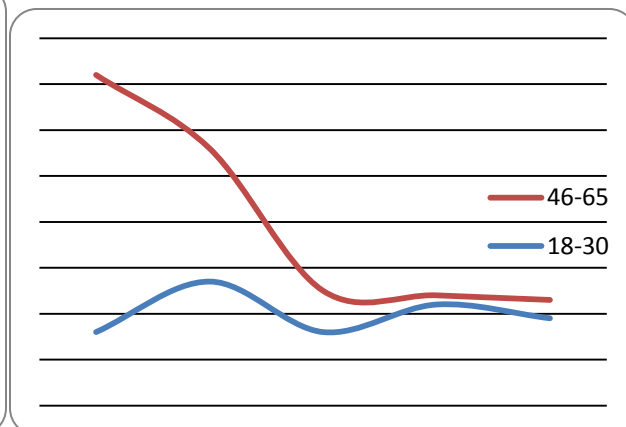
Graph 8. Ethics in media?

Graph7. Shows that 89% and 94% of respondents respectively, think there should be a red line to where the journalist can go with his news. **Graph8.** Shows clearly that less than half of the both groups 48% and 40% respectively believe that there is ethics in online media while 52% and 60% respectively do not believe it.

• **Public interest and the right to privacy**



Graph 9. Balance between public interest and privacy right?



Graph 10. Everyone can be a potential publisher?

Graph9. Shows the respondents' opinion on whether can be obtained a law to balance public interest and privacy law, where 92% and 91% respectively see this as possible to reach and a minority of 8% and 9% respectively believes it is impossible. **Graph10.** Shows how much disturbs the phenomenon where everyone can be a publisher, where 16% and 56% respectively admit that it disturb them a lot, 27% and 29% respectively disturbs them to some extent, only 16% and 9% respectively do not care about this phenomenon. 22% respectively 2% consider this phenomenon worrisome, while 19% and 4% respectively think this is an individual perception.

Question 11. Evaluation of the current ethic situation, express how citizens assess the ethics situation in social and media networks news in Kosovo, where 25% and 19% respectively think of it as medial industry 21%, respectively 17% it encourages debates, while 25% respectively 11% as problematic, 15% respectively 21% as competitive reality, and 14% respectively 32% rate it as often offensive. **Question 12 .** What should media society seek? It shows how much technology affects in online media and social networks especially in the privacy violation and what the media society should seek further. 20% and 25% think that the media should be neutral, 32% and 42% respectively ask for continuous monitoring, and 36% and 22% respectively rely on collaboration with media commissions, while 12% and 6% respectively, think that there should be appeals for deviations, while 0% and 5% respectively think that a really sincere governmental support is needed.

3. DISCUSSION

The group of respondents aged 18 to 30, one click news consider as fast (41%) and cost-free (7%) or 48%, while the age group 46-65 as fast (38%) and cost-free (10%), meaning that there is no change of opinions and attitudes between the two study groups. Very few believe in efficiency. My study data has shown the same as in the article translated by (Mekuli 2013)¹³² that very few of the citizens believe in efficiency and in legally-confirmed news, but are largely tempted by bombastic titles. Respondents of the ages of 18-30 years, only 1/3 or 32% of them believe that the cyber journalist has enough time to review and edit the news, as well as the age group from 46 to 65 years share the same opinions, 31% of them. The gap between media consumers who receive online and TV news has narrowed recently informed the PSC, based on a study by the American Research Centre PEW,¹³³ Online media have reduced the readability of those printed, many popular newspapers are closed.¹³⁴ More than half of the group (46-65t) or 56% answered that they find disturbing the fact of many online news publishers, while the group (18-30 years) has shown that only 16% of them hinder this fact, but 22% of the group from 18 to 30 years consider this worrying and 19% as individual perception. The legal basis for the realization and exercise the profession of journalism and the right of expression includes also ratified international agreements According to a study by

¹³² MEKULI, Gzim, 2013, Etika në media dhe përgjegjësia e publikut, artikull botuar ne portalin telegraf i më 01.11.2013

¹³³ RONALD R. Kline and John Hopkins.(2010).”The Cybernetics Moment: Or Why We Call Our Age the Information Age”. University Press, Baltimore, Maryland, USA.

¹³⁴ KDP (Klubi i debatit politik),Shtator2017,Pas gazetave, interneti rrezikon televizionin: edhe pleqtë kalojnë në mediat online,PEW

Columbia Journalism Review, and "The George T. Delacorte Centre for Magazine Journalism," readers are less likely to gain confidence in too long articles that were once quite in progress, and nowadays it is shrinking in online media.¹³⁵ Both groups believe that politics have impact in media with 89% and 90% respectively. Kosovo is not included within 180 countries of the world ranking, in terms of press freedom in the report of the Organization "Reporters without borders". But this organization points out that all of the worst Balkan symptoms are in Kosovo. "The media in this country experience directly and indirectly from the influence of politics and financial pressures. Media that does not fit with government lines are often the target of financial insanity or tax inspectors," says Reporters without borders. In this study both groups 87%, respectively 86% of them, gave their opinions that truly can be obtained a law for defamation. This shows that there is no difference of opinion between the two groups. Both groups have given their opinions with 70% and 78% respectively, believing that there is a change in media access to public and political persons. As for the regulatory authority of broadcasting in the media "AMA", for that "Reporters without borders" have a clear definition: it is politicized.¹³⁶ In this study, the majority of 89% of the 18-30 years old group think there should be a red line to where the journalist should go with the news, while the second group of ages 46 to 65 agreed with 94% to set red lines for the journalist. The difference between these two groups is not very significant, yet with the confidence of the second group for 5% more; which probably indicates their maturity and experience. Kosovo has made a little or slight progress in ensuring protection to public officials against defamation or insult. However, the level of implementation of the particular legislation remains problematic. Governmental transparency is needed, access to information, where privacy and state confidentiality are sometimes unreasonably used as a basis for blocking access to information.¹³⁷ Hence, the first group over 18 years old, 48% of them believe that there's ethics in media, the second group over 46 years, 40% of them replied that there is ethics in the media. There is a difference between the two groups with a difference of 8%. While journalists generally recognize a level of independence from media owners, interference continues to be present in the daily editorial work, compromising unbiased journalism and leading to self-censorship. It is written in this report that public and political figures are the most commonly encountered targets than ordinary people.¹³⁸ In this study, most of the two groups believe that a balance between public interest and privacy law can be achieved with 92% and 91% respectively. The data from this study showed that the age group of 18 to 30 years of consider online media as medial industry (25%), competitive reality (15%) and often offensive (14%), and indicates if bringing together these percentages, is 54%. The second group, with over 46 years of age, estimates the same: medial industry (19%), competitive reality (21%) and often offensive (32%), and if we bring together these percentages it indicates higher percentage to 72%. Although the level of mistrust is above the average for both groups, however, the age group of 46-65 years gave much higher percentage of the negative rating than the first group with a margin of 18%. However, journalists often face litigation for defamation as well. That's because different circumstances may not prove a "beyond uncertainty" issue. Defining defamation as a criminal offense was considered a way to silence journalists.¹³⁹ With regard to the development of media technology and social networks, to maintain privacy, the media society according to respondents of these two study groups has shown that 1/5 and more (20% and 25% respectively) agreed to neutrality, the first group or 32% agreed for continuous control, while the second group of 42% for ongoing control over privacy, 5% of the second group think that there should be real government control and aid. However, by means of self-regulatory mechanisms such as the Code of Ethics, journalists have foreseen that information sources are preserved but also verified confidence motives before this resource is considered credible. In fact, the self-regulation of journalism has been seen as the best form of regulating the exercise of the profession of journalist. This would prevent the abuse of journalists' rights in general and the protection of the source of information in particular.¹⁴⁰ In this study regarding access to online media and social networks, the group up to 30 years old use 70% Smartphone; while the second group over 46 years old, only 48% use Smartphone for online information. The first group 28% of them use their personal computer for information, while the second

¹³⁵ AAB, 2016, Sa të besueshme janë mediat online në krahasim me ato tradicionale, The New Yorker/Lajmi.net, Data 06/07/2016

¹³⁶ Telegrafi, 2017, Freedom House: Liria e shtypit në pikën më të ulët në një decade, 28.04.2017

¹³⁷ KMSH&Cohu, Liria e shprehjes, medias dhe informimit në Kosovë, Kosovo 2.0, "Çohu", KMSH", 4 Maj 2016

¹³⁸ KMSH&Cohu, Liria e shprehjes, medias dhe informimit në Kosovë, Kosovo 2.0, Organizata Çohu, KMSH, Më 4 Maj 2016

¹³⁹ Burim E dhe Dardan A, 2015

¹⁴⁰ Burim E dhe Dardan A, 2015

group over 46 years old, 48% of them use their personal and work computer to get information on online media and social networks.

4. CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

The survey showed that there is no difference between opinions and attitudes between the two study groups, between the age group up to 30 and those over 46 years old. The only significant difference was their access to online media and social networks. The group up to 30 years old mostly get news and other information using smartphones, while the second group less than a half of them get their information using smartphones. Work and personal computers were used more by the second group of ages over 46 years old. The phenomenon that everyone can be potential online media publisher in both groups is perceived as obstructive, which is often offensive and disturbing. A minority from both groups believe that there is ethics in Kosovo's media, and majority of both groups more than 90% perceive that politics has a major impact on Kosovo media. Findings of this survey recommend:

- It would be helpful to make more ethical debates in the field of media and especially online.
- More autonomy for Journalists to act and contribute to the news ethically because it helps democracy.
- The politics should move hands away from a direct impact on the media, and each publisher should be self-regulating the program under the PKC's media regulatory law.
- More courageous journalism and journalists should stick on to ethical codes and be responsible, impartial and answerable to the law, as privacy is sacred.

BIBLIOGRAPHY

- [1]**Bacaj** Valmir, 2010, Roli i medieeve të lira për shoqërinë demokratike, artikull,Telegrafi , botuar më 19.11.2010
- [2]**Cornia**, A. Sehl, A. and Nielsen, R. K.2016.Editorial Analytics: How News Media Are Developing. Oxford: RISJ.
- [3]**Wilkins** LEE, Clifford G. Christians. (2009). “The Handbook of Mass Media Ethics“. Routledge, New York
- [4]**Zotaj**, Elda. 2014, Tranzicioni politik dhe roli i tij në marëdhëniet e Shqipërisë me Bashkimin Evropian, doktoranture/pdf
- [5]**Mekuli**, Gzim, 2013, Etika në media dhe përgjegjësia e publikut, artikull botuar ne portalin telegrafi më 01.11.2013,
- [6]**Hoxha**, Abit, 2017, Demensia digjitale dhe media në Kosovë,
- [7]**Zgurri**, Rrapo, 2012,Gazetaria , profesioni që mësohet duke praktikuar, European Journalism Observatory, (EJO),më 03.08.2012
- [8]Wikipedia, 2017, Cilësitë e një gazetari, Kjo faqe është redaktuar për herë te fundit më 21 shtator 2017, në orën 22:21
- [9] **Haraszti**, Miklós. 2008 Përfaqësuesi i OSBE-së për Lirinë e Medias, Redaktuar nga Adeline Hulin dhe Jon Smith, Zyra e Përfaqësuesit për Lirinë e Medias, Vienë, Udhëzues për vetërregullimin e mediave/pdf
- [10]**Prebreza**, Visar, 2017, Lajm i Rremë për Sondazhe në Emër të Institutit ‘Gani Bobi’art,në gazetën.Jeta në Kosovë, Qershor
- [11]Jeta në Kosove, 2017, Fillon Lufta Kundër Makinerive të ‘Lajmeve të Rreme’ në Ballkan-artikull, botuar më : 07.12.2017
- [12] **Alijaj**, Hasan, , Inva, 2017, Portalet informative, gazetarët nën presionin e klikimeve, 10 qershor , 2017
- [13]OSCE, 2014, Liria e mediave dhe siguria e gazetarëve në Kosovë-Raport, botuar në Qershor 2014,pdf
- [14]**Murati**, Erl, 2017, Sfidat e etikës në median online European Journalism Observatory(EJO) 15.12.2017, (Postuar si Publik ne profilin e Facebook të Erl Muratit)
- [15]KPM,2017, Rregulluesit për ofruesit e shërbimeve mediale audio dhe audiovizuale, KPM/2017/02
- [16]OSCE, 2014, Liria e mediave dhe siguria e gazetarëve në Kosovë-Raport, botuar në Qershor 2014,pdf
- [17]**Progni**, Luljeta, 2012, Vlerësimi dhe ndikimi i internetit e rrjeteve sociale në politikën shqiptare, arti, Metropol, datë 12 nëntor.
- [18]**Zotaj**, Elda, 2014, Tranzicioni politik dhe roli i tij në marëdhëniet e Shqipërisë me Bashkimin Evropian, temë doktoranture/pdf
- [19]**Mekuli**, Gzim, 2013, Etika në media dhe përgjegjësia e publikut, artikull botuar ne portalin telegrafi më 01.11.2013

- [20]**Bacaj**, Valmir, 2010, Roli i medieve të lira për shoqërinë demokratike,art,Telegrafi, më 19.11.2010. last rewied February, 2018
- [21]**Memeti**, Bajram, 2017, Mediat Online vs Mediat Tradicionale,14 tetor në TV21 Media, Maqedoni,
- [22]**Ronald R. Kline** and John Hopkins.(2010).”The Cybernetics Moment: Or Why We Call Our Age the Information Age”. University Press, Baltimore, Maryland, USA.
- [23]KDP (Klubi i debatit politik), 2017, Pas gazetave, interneti rrezikon televizionin: edhe pleqtë kalojnë në mediat online, marrë nga PEW (Qendra amerikane Kërkimore) postuar në shtator, 2017.
- [24]KPM, 2014, KPM/2014/1, Komisioni i pavarur për media/pdf
- [25]AAB, 2016, Sa të besueshme janë mediat online në krahasim me ato tradicionale, The New Yorker/ Lajmi.net, Data 06/07/2016
- [26]Telegrafi, 2017, Freedom House: Liria e shtypit në pikën më të ulët në një decade, 28.04.2017
- [27]KMSH&Cohu, Liria e shprehjes, medias dhe informimit në Kosovë, Kosovo 2.0,” Çohu”, KMSH, Më 4 Maj 2016
- [28]KMSH&Cohu, Liria e shprehjes, medias dhe informimit në Kosovë, Kosovo 2.0, Organizata Çohu, KMSH, Më 4 Maj 2016
- [29]Burim E dhe Dardan A, 2015
- [30]Burim E dhe Dardan A, 2015

DIVERSIFICATION OF INCOME AND ASSETS AMONG THE BENEFICIARIES OF THE 500 + PROGRAM – SOCIAL POLICY IN POLAND

Wioletta Świeboda

University of Economics in Katowice, Poland, swieboda.w@onet.eu

Abstract: The aim of this article is to show how the financial situation of Polish households changed following the introduction of “Family 500+” program. The study presents results of household surveys in Poland regarding selected conditions for the households self-esteem of their financial situation and considerations on Polish social policy after the introduction of the 500+ program. The political and economic changes in recent decades have significantly changed the situation of all sectors of the economy, including the household sector. Essential changes in household incomes occurred in the early years of transformation (1990-1992), which is why they are also referred to as the "Revolution in Revenue". They consisted of a general income decline in the real dimension and transformations of their structure according to sources of acquisition. There is a growing share of groups of households particularly exposed to poverty and social exclusion. There are differences in the standard of living due to the place of residence resulting from the diversity of the spatial level of economic development. In April 2016, the very large and expensive social program Family 500+ was launched in Poland. Its beneficiaries were to be, in particular, large families, who were in the most difficult financial situation. The benefits were provided in the amount of PLN 500 for the second and subsequent child in the household. In 2017, as in the previous year, there was a marked improvement in the financial situation of households in Poland. Households achieved higher incomes and incur higher expenses. The educational benefit (500+) was introduced by the State Aid Act in raising children. Its construction can be presented in comparison with family allowances. It has been assumed that the standard of living of the household, i.e. its economic situation, determines primarily the level of consumer spending, significantly dependent on the income received. This in turn is related to the degree of satisfying the needs of the household as a result of the consumption of goods and services and functioning in a specific social, natural and political environment. This assumption is consistent with the views presented in the literature on the subject that income or consumption expenditures can be treated as measures. The main purposes of introducing a social benefit were: increasing the fertility rate, investing in human capital, reducing poverty among the youngest Poles. The methods of statistical analysis were used in the research. There were used data conducted by the Central Statistical Office in Warsaw and Eurostat data and from a representative Polish Household Budget Survey.

Keywords: social policy, family policy, income.

In recent decades, the political and economic transformations have significantly changed the situation of all sectors of the economy, including the household sector. Essential changes in household incomes occurred in the early years of transformation (1990-1992), which is why they are also referred to as the "Revolution in Revenue". They consisted of a general income decline in the real dimension and of transformations of their structure according to sources of acquisition. The Central Statistical Office conducted research and collected data on the differences in the level of income between socio-economic groups. The conclusions from the analysis indicated that "the greatest income diversification occurs among agricultural and self-employed farms, as well as those living on unearned sources, while the smallest in pensioners' families. A significant influence on the results had the following: the growing importance of the market, tax changes, the effects of preparations for joining the European Union¹⁴¹.

In April 2016, a nationwide and quite expensive social program called “Rodzina 500+” was launched in Poland. Its beneficiaries were to be primarily large families in the most difficult financial situation. Aids under this program were provided in the amount of 500 PLN for the second and subsequent child in the household. In the cases

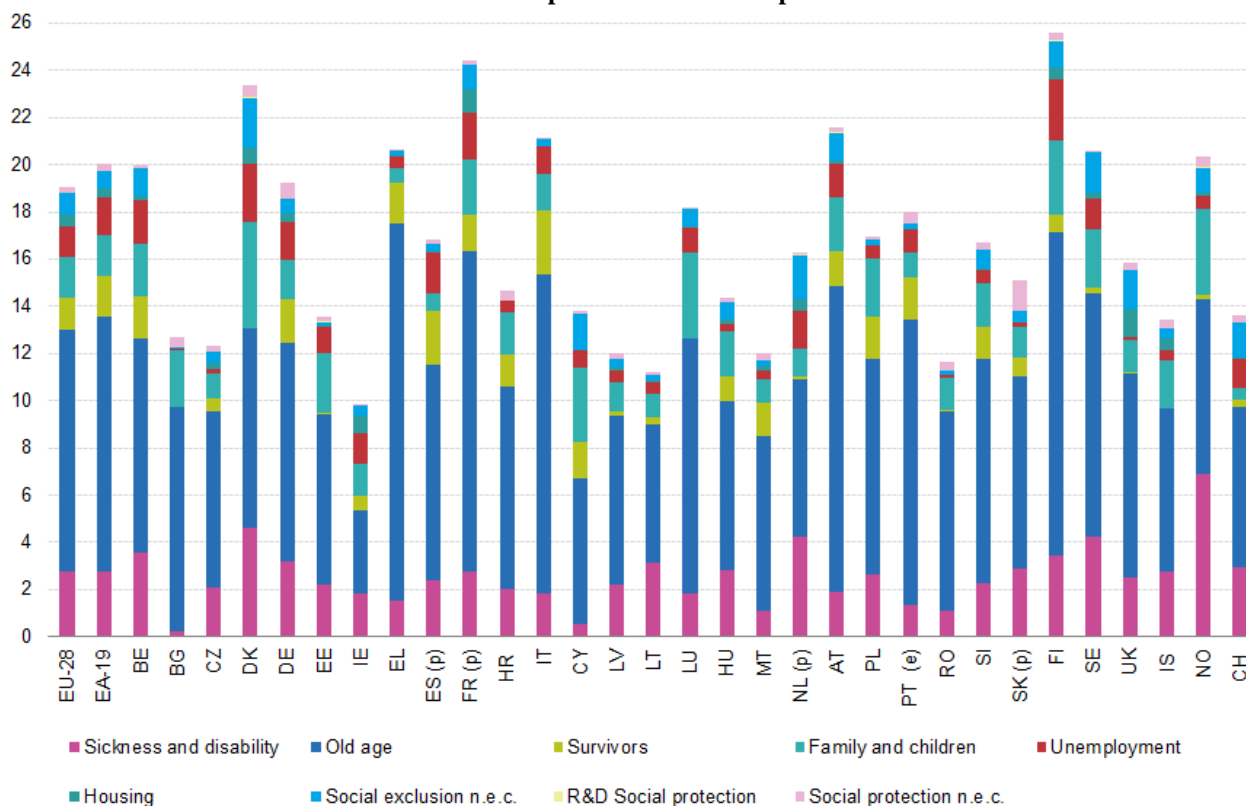
¹⁴¹ B. Szupa (2006) *Zróżnicowanie dochodów w Polsce*, Scientific journal No. 744 of the Cracow University of Economics, pp. 120-122,

of households raising one child and for the first child in large families, the payment of the benefit was dependent on the income criteria and child's disability¹⁴².

The latest statistical data referring to information on general government expenditures on “social protection” (according to the government function classification - COFOG) are presented below.

“Social protection” has one of the most important budgets in the whole Europe in 2016. Moreover, the budget reflects government’s core functions to redistribute income and wealth, sponsored by mandatory payments. It should not surprise, that social benefits and social transfers in kind are leading in the expenditure class. It has been estimated that in 2016, European Union spent over EUR 2 844 billion, which corresponds to 41,2% of total expenses. Additionally, social protection expenses stood at 19.1% GDP of EU-28. The biggest budget in this division is dedicated to “old age”. The stakes are 10.2% of GDP in the EU-28 and 10.8 % of GDP in the euro area. This relates mainly to pension payments. For a comparison, total expenditure for “survivors” was calculated to 1.3 % of GDP at the level of the EU-28 and 1.7 % of GDP at the level of the euro area. This also mainly relates to social benefits in cash or in kind. Next is “sickness and disability” group, which stakes were defined on 2.7 % of GDP in the EU-28. This corresponds mainly to social payment in cash or in kind connected with the operation of social insurance schemes. Following “family and children” group is accounted for 1.7 % of GDP in both EU-28 and euro area. Furthermore, “unemployment” group was calculated 1.3 % of GDP and 1.6 % of GDP in the EU-28 and the euro area, respectively. Finally, “housing” group was accounted for 0.5 % of GDP in the EU-28. Main expenses in this group were household (to help with cost of housing) and operation of social housing schemes.

Chart 1 Expenditure on 'social protection



¹⁴² K. Hanusik, U. Łangowska-Szcześniak (2018) *Wpływ programu 500 + na poziom życia gospodarstw domowych wychowujących dzieci i jego samoocenę w Polsce w 2016 roku*, Studies and Works WNEiZ US No. 51/3 2018, University of Szczecin, pp. 123-137.

Źródło: Eurostat¹⁴³.

Data of the Central Statistical Office (CSO)¹⁴⁴, which were published in February 2018, indicate that the professional activity of young women in Poland has fallen to the lowest level since 1999. Experts call this phenomenon "the black effect of the social program 500+".

The cyclical survey of Economic Activity of the Population performed by CSO is the cause of concern. According to the data for the third quarter of 2017, the professional activity of women aged 25-34 decreased to the lowest level since 2003 (the oldest data from the CSO) and amounts to 74.2%. However, according to Eurostat data, which covers an even wider range of time, the lowest values have been at least since 1999 (about 20 years).

The economic activity rate is a measure of the labor market, which shows what percentage of people are professionally active, i.e. works or is willing to take gainful employment in relation to the population in a given age range. Low values of that rate may indicate structural problems in the labor market. In the case of forecasts, this may indicate low pensions, which will lower the quality of life in the elderly or increase the costs of the social security system.

The Central Statistical Office for the first time in its quarterly reports presented data on professional activity among families receiving the "Rodzina 500+" benefit.

Disturbing fact is that the professional activity of parents in households, where the benefit for the first and only child is collected, is only 69.7% on average. In the case of families with one child, where 500+ is not received (exceeded income criterion), professional activity is incomparably higher and amounts to 89%.

Table 1 presents the forecast by the number of children in 2016-2050. Assumptions regarding the number and structure of population in 2016-2050 come from the Polish People's Outlook for 2014-2050¹⁴⁵.

Tab. 1 Households by number of children in 2016-2050

Liczba dzieci	2016	2020	2030	2040	2050
W tysiącach					
Ogółem	14081	14481	15371	14253	13506
0	9657	10072	11430	10726	10159
1	2595	2631	2400	2173	2079
2	1439	1414	1242	1099	1035
3	293	275	228	195	179
4	67	62	50	42	38
5 i więcej	30	27	21	18	16
W procentach					
0	68,6	69,5	74,4	75,3	75,2
1	18,4	18,2	15,6	15,2	15,4
2	10,2	9,8	8,1	7,7	7,7
3	2,1	1,9	1,5	1,4	1,3
4	0,5	0,4	0,3	0,3	0,3
5 i więcej	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1

Source: CSO¹⁴⁶.

¹⁴³ https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/e/ed/Total_general_government_expenditure_on_social_protection%2C_2016_%28%25_of_GDP%29.png [dostęp: 27.08.2018 r.]

¹⁴⁴ <http://stat.gov.pl/>

¹⁴⁵ <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/prognoza-ludnosci/prognoza-ludnosci-na-lata-2014-2050-opracowana-2014-r-,1,5.html>

The fall in the average number of adults in the household in the initial period of the forecast (until about 2030) will be associated with a reduction in the percentage of households inhabited by three and more adults, as well as an increase in the percentage of single-person households (see Table 15). In the 1930s, this process will be reversed and the percentage of households with more adults will increase. It is worth noting that the percentage of two-person households will change to a small extent throughout the forecast period. Throughout the forecast period there will be an increase in the percentage of households in which there are no children (see Table 16). At the end of the forecast horizon, it will be around 75% of households. Among households with children, the percentage will also grow but only for those with one child (in 2016 - around 59%, in 2050 - slightly over 62%)¹⁴⁷.

SUMMARY

In comparison with other countries, Poland has limited the poverty of children in the past to a small extent. The paradox was that pensions had more impact than family benefits. Essentially, this situation should be changed by a high education provision covering more than half of the children.

Several simulations of the impact of 500+ on the financial situation of families show that poverty in Poland may fall by several dozen percent, with a greater impact to be expected in the case of extreme poverty rather than relative poverty and child poverty rather than total poverty¹⁴⁸.

The implementation of the "Rodzina 500+" program changed the perception of the state policy towards the family. In previous CBOS (Centre for Public Opinion Research) surveys, performed from 1996 to 2013, the state's actions towards the family were assessed as sufficient or even insufficient. Currently, more than half of the respondents (52%) evaluate the policy of the state towards the family as good (including every tenth as very good). Poles most often notice the positive impact of the "Rodzina 500+" program on the budgets of households with children - the possibility of managing money freely by families receiving childcare services (in total 34% of respondents declare that either they know such persons or they are them) and a significant improvement in the situation of children from poor families (28% in total)¹⁴⁹.

BIBLIOGRAPHY

- [1] CBOS - Center for Public Opinion Research Evaluation of the "Rodzina 500+" program after almost a year of its introduction, Communication from research, No. 36/2017, ISSN 2353-5822, Warsaw,
- [2] Hanusik K., Langowska-Szcześniak U. (2018) *Wpływ programu 500 + na poziom życia gospodarstw domowych wychowujących dzieci i jego samoocenę w Polsce w 2016 roku*, Studies and Works WNEiZ US No. 51/3 2018, University of Szczecin,
- [3] <http://stat.gov.pl/>,
- [4] <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ludnosc/prognoza-ludnosci/prognoza-ludnosci-na-lata-2014-2050->
- [5] https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/e/ed/Total_general_government_expenditure_on_social_protection%2C_2016_%28%25_of_GDP%29.png,
- [6] Potyra M. (2016) Household forecast for 2016-2050, Central Statistical Office, Department of demographic research on the labor market, Warsaw,
- [7] Szarfenberg R. (2017) Influence of educational benefit (500+) on total poverty and child poverty based on micro-stimulation, Institute of Social Policy University of Warsaw, Warsaw,
- [8] Szupa B. (2006) *Zróżnicowanie dochodów w Polsce*, Scientific journal No. 744 of the Cracow University of Economics, pp. 120-122.

¹⁴⁶ M. Potyra (2016) Household forecast for 2016-2050, Central Statistical Office, Department of demographic research on the labor market, Warsaw, page 22

¹⁴⁷ Ibid.

¹⁴⁸ R. Szarfenberg (2017)

Influence of educational benefit (500+) on total poverty and child poverty based on micro-stimulation, Institute of Social Policy University of Warsaw, Warsaw, pp. 1-12,

¹⁴⁹ CBOS - Center for Public Opinion Research Evaluation of the "Rodzina 500+" program after almost a year of its introduction, Communication from research, No. 36/2017, ISSN 2353-5822, Warsaw, pp. 1-19.

INCOME DISTRIBUTION AND ITS DETERMINANTS IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA

Predrag Trpeski

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

Gjorgji Gockov

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

Marijana Cvetanoska

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

Abstract: Income inequality, which is the unequal distribution of income is an important issue within the study of economic development. The economic theories on the income distribution consist of many potential factors by which income inequality can be influenced, with a minor point on a selection of suitable determinants to include in Gini coefficient regression model. Past studies remain divided about this issue, where some find there to be a positive relationship and others support a negative relationship between income inequality and the factors that determinate it. Recent researches and analysis show that income inequality in Macedonia has increased in recent years. Therefore, the level of inequality in the distribution of wages in Macedonia in 2008 as a year when the economic crisis started in the last quarter, in 2012 as the year in which GDP still has had a negative rate of economic growth, in 2014, when the economy maintained positive economic growth and in 2016 as a year with last available annual data will be discussed. The purpose and the aim of this study is to bring forward the major macroeconomic determinants that affect the income inequality in Macedonia, taking into account the specific characteristics of the country. The primary papers which investigate the determinants of income inequality analyze the effect of economic growth on income inequality. So, we will use real GDP growth as one of explanatory variable and employment, real wages, foreign direct investments and labor productivity as independent variables alongside the economic growth. After theoretical background, correlation and regression analysis will be done in order to test the relationship between Gini coefficient as a dependent variable and GDP per capita, employment, real wages, foreign direct investments and labor productivity as independent variables. The fundamental assumption for a clear econometric analysis is the stationarity of data time series. Therefore, before the regression analysis is made, the stationarity of the variables involved in the regression model will be checked. A regression analysis will be followed by examination of stationarity of time series, as well as the imperative specifications for selecting the best model from all of the available alternatives. The research will be based on time series as they are more significant when analyzing individual countries. The data on empirical analysis that refer to the analyzed period will be taken from State Office of the Republic of Macedonia and World Bank. Analyzing these determinants is of a great importance because such analysis can be used by creators of economic policies, in the direction of decreasing income inequality and helping the economy and its citizens from the consequences of a high level of inequality, especially in the context of developing countries as economically damaging effects of income inequality are more difficult for developing countries because they already have weak economies.

Keywords: economic growth, employment, Gini coefficient, FDI, labor productivity, real wages

1. INTRODUCTION

Income inequality, which is the unequal distribution of income is an important issue within the study of economic development. The economic theories on the income distribution consist of many potential factors by which income inequality can be influenced, with a minor point on a selection of suitable determinants to include in Gini coefficient regression model. In recent years, the relationship between economic growth and income distribution has received a great attention. The social costs of inequality and its effects on the low – income classes are highly important to consider because the quality of life for many people is contingent on the level of income that they earn. Some authors consider that while economic growth is a powerful mechanism for poverty reduction, it does not necessarily have to include a reduction of inequality. That means that a nation could experience economic growth without

incurring any benefit on the poor, so the rich get richer and the poor remain unaffected. The essence of life, such as health, education, social mobility, representation in government etc., can all be negatively impacted with high levels of income inequality (Baden et al., 2015). Past studies remain divided about this issue, where some find a positive relationship and others support a negative relationship between income inequality and the factors that determinate it. The growing income inequality in the transition economies is a subject of a great interest among researches over the last two decades. The majority of empirical studies in the area of income inequality are focused and based on defining the factors that determine the enhanced income differentiation.

The transition from centrally-planned to a market economy and the processes of economic liberalization in the early 1990s led to the emergence and a growth of the private sector, as well as to a diminishing importance of the government sector enterprises, which were the only form of ownership before the changes. One of the main features of the transition has been related to the large-scale transferring of state-owned assets to private ownership through privatization. This has led to income restructuring and an emergence of new sources of income, whose share in total income has been gradually growing and resulted in deepening of income inequality. Privatization is also related to the concentration of income in a smaller number of people, which also increases the income inequality in some European countries. Growing income inequality in the transition economies is also associated with the process of restructuring and rising unemployment (Mitra and Yemtsov, 2006).

With the globalization, a growing level of foreign direct investment into the economies in transition, and the changes in technologies followed by that process are considered as income inequality determinants, since they affect the demand for a certain type of labor, and the level of wages.

The study of income inequality is of particular importance for developing countries because of the effect of income inequality on their economies. The economically damaging effects are more severe for developing countries because they already have weak economies and significant unemployment rates. Income inequality can cause economic inefficiencies within a country.

The Republic of Macedonia is a country with a high degree of inequality in the distribution of income, according to the value of the Gini index which puts Macedonia on the top of the list of EU member states and candidate countries for EU membership, too. What is characteristic for the Republic of Macedonia is the fact that Gini index, as a measure of inequality in the distribution of total income in the last fifteen years has seen a tendency of constant increase, and from 28.1 in 1998 increased to its highest level of 44.2 in 2008 and in 2009 and 2010 retained almost at that level (43.2 and 43.6, respectively). This is an exceptionally high value of Gini index and indicates a higher level of inequality in the distribution of income in the country than the inequality in the distribution of wages. Namely, in 2008 the Gini index calculated on the basis of wages paid in Macedonia is 27.98, whereas for the same year the Gini index, calculated by the World Bank based on the total paid income is dramatically higher and it is 44.2. This points the fact that there is greater inequality in the distribution in other incomes (Trpeski, 2015). On one hand, the educational structure of employees is a reason for the inequality in the distribution of wages in Macedonia. The share of employees with maximum four years of secondary education is approximately 75% from total employment, whereas further education is 5% and those with a minimum higher education are 20%. Taking into consideration the structure of employees by the level of education, it is obvious that employees who receive wages below the average wage in Macedonia are the people with maximum four-year secondary education. Furthermore, those 75% with maximum four-year secondary education take half of total paid wages, while the other half goes to individuals who have a minimum further and higher education. The deviations from the average wage of the employees who receive a higher wage than the average are greater than the average wage of the employees who receive lower wages than average.

The permanent wage growth during the economic crisis, primarily among employees in the public sector has had a great influence on the growth of average net wage. The increase in the average net wage in the period of crisis and years after was due to the steady increase in the wages in the public sector, which paid from the national budget. In the circumstances when the unemployment is very high, the employment is lower than the European average and the poverty rate is high, the issue of inequality in the distribution of net wages is very important.

In both theoretical and empirical studies, many different kinds of variables have been considered as significant determinants of Gini coefficient. There are a wide range of variables that have a potential impact on income inequality. The primary papers which investigate the determinants of income inequality analyze the effect of economic growth on income inequality. Therefore, real GDP growth as one of an explanatory variable and

employment, real wages, foreign direct investments and labor productivity as independent variables alongside the economic growth are used in our study for analyzing income inequality determinants.

2. LITERATURE REVIEW

Pioneering steps in the measurement of income inequality are made in the '50s of the last century by a famous economist, winner of the Nobel laureate in economics, Simon Kuznetz. Kuznetz (1955) examines the relationship between economic growth and distribution of income. Later, the issue of measuring income inequality is processed by other economists, Atkinson (1970), Tinbergen (1975), McConnell, et al. (2003), Freeman (2009), Atkinson (2009) and they take place in publications of international institutions OECD (2008) and United Nations (2012a; 2012b).

Ngarambe et al. (1998) examined joint determinants of U.S. county-level income growth and income inequality using Gini coefficients. Results indicated that the South experienced a significant change in the income growth-inequality relationship over the last two decades. In the 1970s, increases in family income inequality significantly depressed income growth, while in the 1980s, increases in inequality were associated with more rapid growth.

Lejour and Tang (1999) are investigating the potential future impact of the globalization on the relative wages, whereas the focus is put on the inequality in wages in Japan, Western Europe and the United States.

Rose and Viju (2014) are examining income inequality in Central and Eastern Europe for the period of transition whereas it is stated that in these countries various factors (economic, demographic, political, cultural, etc.) have a different influence on the different incomes.

Simai (2006) examines the causes and the consequences of inequality and poverty in the countries of Eastern Europe with a focus on CIS transition economies. Cornia (2011) explains the variations in the income inequality over the time and makes a comparison between Latin America and Europe.

Mojsovska - Blazevski (2011), analyzes the development of wages in the country over the past two decades, and puts special emphasis on the years during the great global economic crisis.

Tevdovski and Ivanovski (2014) are examining the income inequality in South-Eastern Europe and they conclude that income inequality is increasing almost in all countries of SouthEastern Europe until 2009. Also they conclude that the greatest inequality in the distribution of income is registered in Macedonia.

Fawaz et al. (2014) addressed the correlation between economic growth and income inequality. They found a positive relationship between income inequality and economic growth in high income developing countries and a negative relationship was found between the variables in low income developing countries.

Trpeski (2015) showed that Gini index in the Republic of Macedonia is above the average of the EU 28, which means that there is a greater inequality in the distribution of income. According to Trpeski (2015) Macedonia could approach the value of the Gini index of the EU 28, only if the index is calculated for the distribution of wages.

Baden et al. (2015) found a positive relationship between economic growth and income inequality. On one hand, income inequality is linked with some economic and social issues in a country. On the other hand, sustained economic growth is what tends to improve the overall conditions of the people in an economy. According to them, some amounts of income inequality may be a necessary evil for economic growth.

According to Bratoeva – Manoleva (2017), income inequality in Bulgaria increased noticeably over the period 1990-2015. She finds that GDP growth and structural changes in Bulgarian economy are among determinants which deepen income inequality. Furthermore, the study showed that a statistically significant negative estimate of the government expenditures on social protection means that an increase in social transfers mitigate income inequality. The empirical results showed that inflation, foreign direct investment and education are statistically insignificant in affecting income inequality.

3. DATA AND METHODOLOGY

In both theoretical and empirical studies, different kinds of variables and determinants have been considered as significant for Gini coefficient.

Gini coefficient is the dependent variable. In this paper we are investigating influential variables on it. The Gini coefficient is chosen for this study because it is a common measure of income inequality in countries. It is a measure of inequality in the distribution of wages, or inequality of income and most generally of wealth and is defined as a ratio with values between 0 and 1 in which 0 means perfect quality and 1 means complete inequality.

GDP per capita is one of independent variables, which is traditionally present in the empirical studies concerning the determinants of income inequality.

FDI is another independent variable, which takes into account the role of globalization and its effects on income inequality. Most of the studies which analyze the relation between FDI and income inequality show the existence of direct correlation between these variables.

In the regression model, there are also tested employment, productivity and real wages as independent variables.

In order to determine the impact of employment, real wages, foreign direct investments and labor productivity in Macedonia, we start with the following function:

$$\text{GINI} = f(Y, W, \text{FDI}, P, E) \quad (1)$$

where the nonlinear model:

$$\text{GINI}_t = \beta_0 * Y_t^{\beta_1} * W_t^{\beta_2} * \text{FDI}_t^{\beta_3} * P_t^{\beta_4} * E_t^{\beta_5} * U_t \quad (2)$$

can be transformed in the following model using logarithms¹⁵⁰:

$$\ln \text{GINI}_t = \beta_0 + \beta_1 \ln Y_t + \beta_2 \ln W_t + \beta_3 \ln \text{FDI}_t + \beta_4 \ln P_t + \beta_5 \ln E_t + U_t \quad (3)$$

Econometric analysis will be used in order to determine the relationship between Gini coefficient on the one hand and employment, real wages, foreign direct investments and labor productivity in Macedonia on the other hand. The research is based on time series because they are more significant when it comes to individual countries. The data on empirical analysis refer to the period 2000-2016 and it is taken from State Office of the Republic of Macedonia and World Bank Data.

4. EMPIRICAL RESULTS AND DISCUSSION

Before regression analysis, a correlation analysis and multicollinearity between all variables have been examined and due to the high correlation between employment and labor productivity, labor productivity has been eliminated and hence a regression model has been used in the following form:

$$\ln \text{GINI}_t = \beta_0 + \beta_1 \ln Y_t + \beta_2 \ln W_t + \beta_3 \ln \text{FDI}_t + \beta_4 \ln E_t + U_t \quad (4)$$

This regression model is chosen due to the lower values of Akaike and Schwarz, as well as the higher determination coefficient which prove the best alternative of many equations. Table 1 shows the results of the regression model:

Table 1. Results of multiple regression model for Gini index in Macedonia as dependent variable for the period 2000-2016

Independent variable	Coefficient	Std. Error	t - statistic	Prob.
B ₀	17.97214	4.125758	4.356083	0.0011
ln Y _t	-0.137507	0.487607	-0.282004	0.7832
ln W _t	0.084020	0.255323	0.329072	0.7483
ln FDI _t	0.227381	0.092609	2.455297	0.0319*
ln E _t	-1.158689	0.387914	-2.986971	0.0124*
R - squared	0.708312			
Prob (F – statistic)	0.005583			

Source: Authors' calculations

While testing the significance of variables in the multiple regression model, the effects of foreign direct investments and employment on Gini index are statistically significant, as evidenced by t-statistical values and their respective probabilities which are lower than the level of significance of 5%. The adjusted R² is 71%. This coefficient shows

¹⁵⁰ Y_t - gdp per capita; W_t – real wages; FDI_t – foreign direct investments; P_t – productivity; E_t - employment

the good state of the regression. F-statistic which is statistically significant shows that explanatory variables are important factors that determine Gini index in Macedonia, i.e. that the model is good. According to the model, an increase in foreign direct investments for 1% increases Gini index for 0.22% which means that foreign investment over domestic investment contribute for income inequality. Furthermore, 1% rise in the employment contribute for decrease in Gini index for 1.16%.

GDP per capita shows a negative relationship, but it has an insignificant coefficient. The reason for this result may lay in the fact that low – income classes contribute very little to the growth of GDP in Macedonia. Real wages also have an insignificant coefficient, due to the possibility that increases in inequality are largely driven by changes in the distribution of wages, not in the level of real wages.

The results of this research reflect employment and foreign direct investments as indicators and determinants that are contributing to Gini index caused by their negative and positive impact, respectively. The importance of employment for reducing of Gini index is greater and more important in the case of Macedonia.

5. CONCLUSION

The Republic of Macedonia is characterized a high degree of inequality in the distribution of income, according to the value of the Gini index which puts Macedonia on the top of the list of EU member states and candidate countries for EU membership. In the period of economic crisis, the deviation of net wages from the calculated average net wage has seen a tendency of increase. Wage growth during the economic crisis, primarily among employees in the public sector has had a great influence on the growth of average net wage. The increase in the average net wage in the period of crisis and years after was due to the steady increase in the wages in the public sector, which are paid from the national budget. What is characteristic for the Republic of Macedonia is the fact that the Gini index, as a measure of inequality in the distribution of total income in the last fifteen years has seen a tendency of constant increase. This is high value of the Gini index and indicates a higher level of inequality in the distribution of income in the country than the inequality in the distribution of wages. The inequality in the distribution of wages in Macedonia is partly due to the educational structure of employees. Taking into consideration the structure of employees by the level of education, it is obvious that employees who receive wages below the average wage in Macedonia are the people with maximum four-year secondary education.

The results indicate that foreign direct investment is a determinant affecting Gini coefficient, leading to more inequality. The second influential factor on Gini coefficient is the employment. The coefficient of this variable is negative which means an increase in this determinant improves the distribution of income. Therefore, foreign direct investments not only fail to achieve one of income distribution goals, but also cause more inequality. Other considered variables have not strong correlation with Gini coefficient and they are statistically insignificant in the case of Macedonia for the analyzed period.

Employment and foreign direct investments are contributing to Gini index by their negative and positive impact, respectively. The importance of employment for reducing of Gini index is greater and more important in the case of Macedonia.

Further research needs to be conducted, taking into account more determinants, in order to deeper the analysis and determine if there can be some decrease at least some levels of income inequality. Analyzing these determinants is of a great importance because such analyzes can be used by creators of economic policies, in the direction of decreasing income inequality and helping the economy and its citizens from the consequences of a high level of inequality, especially in the context of developing countries as economically damaging effects of income inequality are more difficult for developing countries because they already have weak economies.

REFERENCES

- [1] Atkinson, A. (1970). On the Measurement of Inequality. *Journal of Economic Theory Elsevier*, 2, 244-263.
- [2] Atkinson, A. B. (2009). *The Changing Distribution of Earnings in OECD Countries*. Oxford University Press.
- [3] Baden, D., Holliday, D., and Medhekar, R. (2015). Income Inequality and Economic Growth: A Cross-Country Analysis. Available on https://smartech.gatech.edu/bitstream/handle/1853/54224/badenhollidaymedhekarineqgrowth_0.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Accessed 28.08.2018

- [4] Bratoeva-Manoleva, S. (2017). *Macroeconomic Determinants of Income Inequality in Bulgaria* (No. BEP-2017-07). St Kliment Ohridski University of Sofia, Faculty of Economics and Business Administration/Center for Economic Theories and Policies.
- [5] Cornia, G. (2011). *Economic Integration, Inequality and Growth: Latin America vs. the European economies in transition*. Available at http://www.un.org/esa/desa/papers/2011/wp101_2011.pdf. Accessed 26.08.2018
- [6] Fawaz, F., Rahnama, M., and Valcarcel, V. J. (2014). A refinement of the relationship between economic growth and income inequality. *Applied Economics*, 46(27), 3351-3361.
- [7] Freeman, R. (2009). Globalization and Inequality. In Salverda, W., Nolan, B. & Smeeding, T. (eds.). *Oxford Handbook of Economic Inequality* (pp. 575-589). Oxford University Press.
- [8] Kuznetz, S. (1955). *Economic Growth and Income Inequality*. Available at <http://piketty.pse.ens.fr/files/Kuznets1955.pdf>. Accessed 28.08.2018.
- [9] Lejour, A. M. and Tang P. J. G. (1999). *Globalization and wage inequality*. Available at <https://www.gtap.agecon.purdue.edu/resources/download/1260.pdf>. Accessed 29.08.2018
- [10] McConnell, C., Brue, S. & MacPherson, D. (2003). *Contemporary Labour Economics*. Mc Graw-Hill/Irwin.
- [11] Mitra, P. and Yemtsov, R. (2006). "Increasing Inequality in Transition Economies: Is There More to Come?" *The World Bank Policy Research Working Paper No. 4007*, 11-16.
- [12] Mojsoska-Blazevski, N. (2011). The former Yugoslav Republic of Macedonia: Is the present wage setting mechanism an effective policy tool? In Schmidt V. & Vaughan-Whitehead, D. (eds). *The Impact of the Crisis on Wages in SouthEast Europe* (pp. 83-122). International Labour Organization.
- [13] Ngarambe, O., Goetz, S. J., and Debertin, D. L. (1998). Regional economic growth and income distribution: county-level evidence from the US south. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 30(2), 325-337.
- [14] OECD. (2008). *Growing Unequal? Income Distribution in OECD Countries*. Paris: OECD Publishing.
- [15] Rose, S., and Viju, C. (2014). Income inequality in post-communist Central and Eastern European countries. *Eastern Journal of European Studies*, 5(1).
- [16] Simai, M. (2006). *Poverty and Inequality in Eastern Europe and the CIS Transition Economies*. Available at <https://core.ac.uk/download/pdf/7189030.pdf>. Accessed 26.08.2018
- [17] Tevdovski, D. and Ivanovski, I. (2014). *Income inequalities and systematic economic crisis: Focus on south-east Europe*. Available at file:///C:/Users/User/Downloads/Tevdovski_Ivanovski_ASECU2013.pdf . Accessed 28.08.2018
- [18] Tinbergen, J. (1975). Income Distribution: Analysis and Policies. *De Economist*, 125, 161-173.
- [19] Trpeski, P. (2015). Wages Inequality in the Republic of Macedonia in a Post Crisis Period. *Economics*, 3(2), 19-26.
- [20] United Nations. (2012b). *Development Policies and Income Inequality in Selected Developing Regions 1980-2010*. Available at http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/osgdp20124_en.pdf. Accessed 29.08.2018

TRADE OPENESS, FDI AND ECONOMIC GROWTH: EMPIRICAL ANALYSIS OF THE CASE OF REPUBLIC OF MACEDONIA**Hasan Ademi**University “St. Clement of Ohrid”, Republic of Macedonia, hasanademi2@gmail.com

Abstract: The role of FDI and trade in the course of globalization and economic interaction between countries is clearly significant, and the aim of this paper is to determine the causal link between Foreign Direct Investments, trade openness and economic growth in Republic of Macedonia, using quarterly time series for the time period of 2000q1 - 2016q4. In addition, time series are tested for stationarity, using the Augmented Dickey Fuller test and on the other hand, the Johansen co-integration test is used to find the co-integration range between variables, to be determine if there is a long-term relationship between FDI, trade openness and economic growth in Macedonia. In addition, in order to find causality between these variables, a Granger test for the causality is used.

Keywords: FDI, trade, co-integration, Granger causality

ТРГОВСКА ОТВОРЕНОСТ, СДИ И ЕКОНОМСКИ РАСТ: ЕМПИРИСКА АНАЛИЗА НА СЛУЧАЈОТ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**Хасан Адеми**Универзитет „Св. Климент Охридски“ Република Македонија, hasanademi2@gmail.com

Абстракт: Виталната улога на СДИ и трговијата во текот на глобализацијата и економската интеракција помеѓу земјите е очигледно значајна, и во оваа насока и целта на овој труд е да се одреди причинската врска меѓу Странските Директни Инвестиции (СДИ), трговската отвореност и економскиот раст во Република Македонија, користејќи квартални временски серии за временскиот период од 2000q1 - 2016q4. Покрај тоа, временските серии се тестираат за стационарност, со употребување на Augmented Dickey Fuller тест за Unit Root, а од друга страна Johansen тест за ко-интеграција се користи за да се најде рангот за ко-интеграцијата меѓу променливите, т.е да се одреди доколку постои долгорочна врска меѓу СДИ, трговската отвореност и економскиот раст во Македонија. Покрај тоа, со цел да се пронајде каузалноста меѓу овие варијабли, се користи Granger тестот за каузалност.

Клучни зборови: СДИ, трговија, ко-интеграција, Granger каузалност.

1. ВОВЕД

Едно од најчестите проблеми во економијата има врска со фактот дека некои земји се богати, додека други се сиромашни. Во исто време темпото во растот на нивните економии е релативно различно. Дали и како трговијата влијае на економскиот раст е интересна точка на истражување за широк спектар на научници.

Меѓутоа, постојат некои прашања во врска со точноста на степенот на тоа како трговијата, СДИ и економскиот раст се поврзани. И покрај фактот дека нивниот однос е некако кривлив, нема значајни докази дека меѓународната трговија е штетна за економскиот раст (Fiestas 2005). Така, целта на оваа докторска теза е емпириски да се анализира како трговијата, трговската отвореност и СДИ-те влијаат на економскиот раст на Република Македонија.

Како еден од важните катализатори на економскиот раст се подразбира и меѓународната трговија, чиј развој денеска претставува еден од приоритетите на светските економии. Речиси сите земји посветуваат посебно внимание и се посветија на овој важен фактор за економски развој од најраното време.

Од друга страна, нема сомнение дека Странските директни инвестиции и трговија претставуваат две важни компоненти кои играат значајна улога во економскиот раст на Република Македонија. Де факто, трговијата игра важна улога како двигател за растот, особено во земјите кои се стремат кон промовирање на извозот. Ваквата политика води до зголемување на нивото на бруто домашниот производ и за време на подобрението трговски услови може да доведе до прифатлив економски раст.

Во последниве децении, земјите во транзиција се соочија со процес полн со економски, политички и институционални реформи, конвертирајќи се во слободна пазарна економија. Таквата промена предизвика големи промени во развојот и економскиот раст, особено ако се анализира случајот на Република Македонија, во која се истакна потребата од разгледување на различни макроекономски индикатори за да генерира економски раст и развој, нагласувајќи големо значење и на странски директни инвестиции како и извозот и увозот.

Покрај тоа, главната цел на овој труд е да се истражува односот помеѓу директните странски инвестиции и економскиот раст, а од друга страна да тестира и односот меѓу трговската отвореност и економскиот раст во Република Македонија, за временскиот период 2000 - 2016. Покрај тоа, емпириска анализа се реализира преку квартални податоци за временски серии за пет променливи кои се вклучени во ова истражување: стапката на реалниот БДП, трговска отвореност (износ+увоз / БДП), СДИ и Бруто формирање на фиксен капитал на Република Македонија.

Странските директни инвестиции се клучни за трансфер на технологија од напредните економии во економиите во развој. Сепак, емпириските податоци досега покажуваат дека странските директни инвестиции можат да ја зголемат продуктивноста на земјите-домаќини само ако овие земји уживаат потенцијал за човечки капитал. Исто времено, важно и потребно е да се истакне улогата на факторите како што се големината на пазарот, финансискиот развој, трговската отвореност, инфраструктурата, деловната клима, економската слобода и квалитетот на институциите; при што интеракцијата помеѓу СДИ и гореспомнатите фактори е повеќе од неопходна за истите да имаат позитивно влијание врз економскиот раст.

Покрај тоа, СДИ можат да бидат извор на вредна технологија и да се поттикнат врските со локалните фирми, што може дополнително да го зајакне економскиот раст. Врз основа на овие, дали СДИ влијаат врз извозот и увозот? Каква е каузалната врска меѓу нив? Дали постои значајна врска меѓу трговијата, трговската отвореност и економскиот раст? Овие прашања ќе имаат за цел да ги анализираат односите меѓу СДИ, трговијата и економскиот раст во Република Македонија, представувајќи ја и главната цел на оваа студија.

Емпириската анализа се одразложува на неколку степени, каде најпрвин се тестира стационарноста на временските серии, каде се употребуваат Augmented Dickey Fuller тест и Phillips Perron тест. После за да може да се одреди доколку вариаблите се долгорочно поврзани и оваа врска е статистички значајна, вториот чекор е утврдување на бројот на ко-интеграцијата според Johansen тест за ко-интеграција. Врз основа на резултатите, следи примената на VECM - Vector error correction model за да може да се утврдаат ефектите на горенаведените независни вариабли врз зависната вариабла, стапка на реална БДП. Исто така, Granger Causality тест се употребува за да може да се види каузалната врска на вариаблите СДИ, трговијата, трговската отвореност и реален БДП. На крај Impulse Response Function се употребува за да можат да се утврдат ефектите на вариаблите врз даден шок на другата вариабла во краток временски период.

2. ПРЕГЛЕД НА РЕЛЕВАНТНА ЛИТЕРАТУРА

Важноста на меѓународната заедница зазема дури и поголемо оптоварување со услови на економиите за време на транзицијата, поради длабоката изолација од минатото. Меѓународната трговија е еден од најзначајните сектори за економски развој на земјата, претставувајќи бескрајно богатство и да биде извор на приход и на локално ниво, на национално и на меѓународно ниво. Мислам дека изучувањето на надворешната трговија, како во микро, така и во макроекономскиот контекст, ќе помогне во подобро разбирање на различните проблеми и проценка на потенцијалните решенија.

Доктрината која тврди дека трговијата промовира просперитет и раст има долг наследство, кое датира од времето на Адам Смит (1723-1790). Смит, во својата позната книга "Истрага за природата и причините за богатството на нациите" (1776), го наведува значењето на трговијата како компонента што може да предизвика вишок на производ, а поради развојот на пазарите може позитивно да влијае дури и во распределбата на работата и во нивото на продуктивност. Оттука, земјите започнуваат да се вклучат во меѓународната трговија од две главни причини, иако секој од нив придонесува за профит на трговија. На прво место, земјите тргуваат, како што се разликуваат од меѓусебно. Како поединци, исто така, земјите можат да ги искористат предностите од разликите што ги имаат, концентрирајќи се на она што е најдобро. Второ, земјите тргуваат за да постигнат економија на обем во производство. Така, земјите имаат тенденција

да се специјализираат во производството на доброто кое постигнува поголема ефикасност, наместо да се обидува да произведе сè. Во реалниот свет, меѓународните трговски модели ја одразуваат интеракцијата на овие два мотива. Поради оваа причина, од особена важност е признавањето на трговските шеми.

Економскиот раст и надворешната трговија се анализирани од страна на многу истражувачи во економската литература. Прашањето за тоа дали размената и проширената отвореност треба да поттикнат повисоки стапки на финансиски развој е старото прашање кое ги одржуваше граѓанските аргументи меѓу мастер дилери и протекционисти за време на Адам Смит, Дејвид Рикардо, Џон Стјуарт Мил и Џон Мејнар-Кејнс до Раул Пребиш и Ханс Сингер и Јагдиш Бхагвати и Пол Кругман. Раните застапници на организираната трговија ги пофалија зголемувањата од размена што би можела да се одржи на нациите кога ќе имаат одредена експертиза во генерирањето на стока во која имаат релативно повољна позиција и ќе учествуваат во замена за да ги исполнат нивните различни потреби.

Нови теоретичари за развојна битка, таа отвореност ги оспособува технолошките промени преку проширување на локалното ривалство и конкуренција, што доведува до зголемување на унапредувањето; и дека прогресијата на трговијата со дозволување на слободно движење на нови стоки преку националните граници го зголемува знакот за технолошки достигнувања што го поттикнуваат растот. Од друга страна, разни прегледи откриваат лоши докази во аспект на поврзаноста помеѓу технологијата и финансискиот развој. Емпириската литература покажува дека трговската отвореност или прогресијата влијае врз растот на производството. Повеќето студии претпоставуваа дека отвореноста на трговскиот режим има позитивна врска со растот на БДП.

Главното прашање што се појавува во овој теоретски постулат е, како треба да се тргува и економскиот развој комуницира? Генерално, бројните резултати покажуваат дека трговијата придонесува за подобрување на економскиот раст. Меѓутоа, ако трговијата не е комбинирана со соодветна политика за да се балансира увозот со извозот, може да генерира дефицит на трговското салдо и билансот на плаќања, и на тој начин создава застој во растот на реалниот доход.

Од друга страна, други студии откриле лоши докази за врската помеѓу либерализација и економски раст. На овој начин можеме да констатираме дека сè уште нема дефинитивна потврда и заеднички јазик меѓу експертите за ефектите од трговската отвореност во економијата. Многу економисти ја поддржаа слободната трговија почнувајќи од Смит (1776), во својата публикација ја презентираше идејата за апсолутна предност, каде што тврдеше дека сите земји ќе имаат истовремено корист ако вршат слободна трговија, додека пак, други економисти по Смит, исто така, ја поттикна слободната трговија прифатена од различни теории, на пример, Рикардо (1817), со теоријата на компаративна предност која многумина ја користеле за разјаснување на добивки на трговијата.

Емпириски студии, како што се Сакс и Ворнер (1995), Вамвакидис (2002), Јаниккаја (2003) и Едвардс (1998), покажуваат поголема отвореност и надворешно договорените нации растат побрзо од нациите со протекционистички трговски политики. Кругер (1998) заклучи дека либерализацијата на трговијата е прифатена од периодот на опаѓање на стапките на раст или опаѓање на БДП може да доведе до време на пораст над претходно остварените стапки, дополнително најде позитивна врска меѓу растот на извозот и растот на БДП. Сакс и Ворнер (1995) тврдат дека либерализацијата на трговијата ја подобрува благосостојбата и растот.

Ова тврди дека либерализацијата на трговијата може позитивно да влијае на економскиот раст. Родригез и Родрик (2000) и покрај тоа што може да се очекува, ја доведоа во прашање хипотезата за односот на економскиот раст со зголемено ниво на меѓународна трговија; додека пак, од друга страна, според Родрик, меѓународната трговија ја прави земјата полоша отколку што би била без таква размена.

Освен тоа, влијанието на надворешната трговија врз економскиот раст беа проучени од многу економисти од различни точки на мислење. Во економската литература, ефектите од надворешната трговија се сметаат за главен фактор за економскиот раст од Grossmann и Helpman (1991); Френкел и Ромер (1999); Родрик и Родригез (2000); Wacziarg and Welch (Wacziarg R. a., 2003); Алкала и Циконе (2004); Сакс и Ворнер (1995)); покажа дека стапката на раст на економиите со режими на слободна трговија е повисока од затворените економии. Едвардс (1998) го проучува односот меѓу надворешната трговија и вкупната факторска продуктивност во 93 земји и заклучи дека растот на ТФП е побрз во поотворените економии.

Додека некои економисти како Kueger (1978); Chenery (1979); Тајлер (1981); Кавуси (1984); Баласа (1985); Рам (1985); Фосу (1990); и Салваторе и Хајкер (1991)) тврдат дека извозот позитивно влијае на економскиот

раст, некои други како Кван и Коцомитис (1990); Ахмад и Кван (1991); Yaghmaian (1994) излезе со контра-аргументи за растот предводен од извозот. Емпириските резултати предвидени со студијата на Vohra (2001) откриле дека извозот има позитивно и значајно влијание врз економскиот раст кога една земја постигнала одредено ниво на економски развој.

Поврзано со оваа точка, Subasat (2002) утврди дека земјите со средно приходи ориентирани кон извозот растат побрзо во однос на земјите со помалку ориентиран извоз, а извозот нема значително влијание врз економскиот раст на земјите со ниски и високи примања.

Понатаму, во однос на причината и нејзината насока помеѓу трговската отвореност и економски раст, постојат различни студии кои дојдоа до различни резултати. Врз основа на различни случаи на земја, Ван ден Берг (1996); Ghatak et al. (1997); Френкел и Ромер (1999); Wacziarg (2001); Ирвин и Тервио (2002) откриле причинско-последична врска од трговската отвореност кон економскиот раст.

Од друга страна, Оксли (1993); Шан и Сонце (1998); Синха и Синха (1999), Родрик (2001), Цим и Рамеш (2005) го открија правецот на каузалноста од економскиот раст до отвореност на трговијата. Исто така, други студии укажуваат на двонасочна каузална врска помеѓу трговската отвореност и економскиот раст (види повеќе: Afxentiou и Serletis (1992), Ghartey (1993), Riezman et al. (1996), Liu et al. (1997), Tsen (2006)).

3. ИСТРАЖУВАЧКА МЕТОДОЛОГИЈА

Ефектите на трговската отвореност врз економскиот раст на Македонија прво се анализираат со спецификација на моделот проценета со методот на ОЛС, со оглед на статичните својства на временските серии. Тоа е дополнително истражено за долгорочната врска помеѓу променливите кои го користат Johansen тестот за ко-интеграција, како и со изведување на неограничен VAR модел. Исто така, се изведува Гренџер тест за каузалноста за да се одреди правецот на каузалноста помеѓу трговската отвореност и економскиот раст.

Кварталните податоци се користат во емпириската анализа, покривајќи го периодот 1999Q1-2016Q3. Главни извори на податоци се Народната банка (НБРМ) и Државниот завод за статистика (ДЗС). Сите употребени серии претходно се прилагодени за ефектот на сезонност со користење на ARIMA X12.

Сумарен статистички опис на користените променливи во анализата се прикажани подолу во (Табела 2).

Табела2. Сумарен статистички опис на користените променливи

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
ln rgdp	71	11.34094	.1692452	11.01653	11.61263
ln open	71	4.522255	.1989483	3.945845	4.791069
ln fdi	71	3.771048	.8760208	1.145823	5.994669
ln rexp	71	10.339	.3667483	9.643239	11.11963
ln rimp	71	10.70128	.3453725	9.762604	11.30924

Извор: извор на авторот.

- Спецификација на економетрискиот модел

За анализа на влијанието на трговската отвореност и СДИ врз економскиот раст, ги одредуваме логаритамскиот модел како што следува:

$$\log rGDP = \beta_1 \log FDI + \beta_2 \log openness + \beta_3 \log Rexp + \beta_4 \log Rimp + \beta_5 \log GFCF + \varepsilon_i$$

Реалниот БДП со постојани цени се зема како зависна варијабла, како претставник на економскиот раст, додека трговската отвореност и СДИ се сметаат за независни варијабли во овој модел. Конечно, овој модел ни овозможува да ги испитаме релативните ефекти или еластичноста на трговската отвореност и СДИ врз економскиот раст во Република Македонија.

4. ЕМПИРИСКИ РЕЗУЛТАТИ

Анализата прво започнува со својствата на временската серија на проверените променливи со ADF тестот за тестирање на корените на единицата. Резултатите покажуваат дека сите серии се чини дека содржат единечен корен во нивното ниво, т.е не се стационарни во нивното ниво, но стануваат стационарни во првата разлика. Резултатите од тестот се сумирани во (Табела 3) подолу.

Табела 3. Резултатите од Augmented Dickey Fuller тестот.

	Variable	Augmented Dickey Fuller	Comment
Level	lnrGDP	0.145 (-2.917)	H_0
	lnopeness	-0.795 (-2.917)	H_0
	lnFDI	-2.338 (-2.917)	H_0
	lnRexp	-0.334 (-2.917)	H_0
	lnRimp	-0.129 (-2.917)	H_0
First difference	lnrGDP	-4.662 (-2.918)	H_1
	lnopeness	-3.483 (-2.918)	H_1
	lnFDI	-4.919 (-2.918)	H_1
	lnRexp	-3.184 (-2.918)	H_1
	lnRimp	-5.009 (-2.918)	H_1
Notes:			
† numbers in brackets represent lag length in ADF test			

Извор: калкулации на авторот.

4.1. РЕЗУЛТАТИ НА VECM модел

Пред да се примени техниката за ко-интеграција, неопходно е да се најде должината на заостанувањето на податоците од временската серија. Должината на заостанувањето се наоѓа преку техниката VECM со користење на Akaike Information Criterion (AIC). Овој критериум предложи 4 должина на заостанување во VECM (табела 4).

Табела4. Должината на заостанувањето (lag)

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

Извор: калкулации на авторот.

Методот на ко-интеграција се користи за тестирање на променливите за долгорочна врска. (Табела 5) обезбедува емпириска поддршка за долгорочна врска помеѓу горенаведените варијабли, бидејќи нултата хипотеза за без кохезија не е отфрлена. Тестот за следење лгасе сугерира дека постои еден ко-интегрирачки

вектор, што значи дека варијаблите се движат заедно на долг рок и постои долгорочна врска помеѓу трговската отвореност, СДИ и економскиот раст во Република Македонија.

Табела 5. Тест за ко-интеграција на Јохансен

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

Извор: калкулации на авторот.

Во следната табела 6 се прикажани резултатите од VECM, со цел да се види долгорочната врска помеѓу СДИ, трговската отвореност и економскиот раст во Република Македонија за последните 17 години.

Табела 6. Резултатите од VECM модел

Variables (co-integration vector 1)	β	α
ln Rgdp	1.000	0
ln openness	0.0509 (0.049)	0.9068 (0.000)
ln FDI	-0.0044 (-0.375)	-10.282 (0.000)
ln Rexp	-0.0522 (-0.397)	0.4088 (0.024)
ln Rimp	0.0703 (0.265)	1.527 (0.000)

Извор: калкулации на авторот.

Од резултатите на VECM, може да се види дека бидејќи знакот на коефициентот е негативен и статистички значаен, се укажува на постоење на долгорочна врска помеѓу СДИ, трговската отвореност и економскиот раст на Република Македонија за временскиот спин 2000к1 – 2016к4. Понатаму, трговската отвореност има позитивен и стаистички значаен ефект врз економскиот раст, додека пак СДИ немаат стаистичко значајно влијание врз економскиот раст во Република Македонија. Од друга страна, реалниот извоз има позитивно и стаистичко значајно влијание врз економскиот раст додека пак реалниот увоз нема статистичко значајно влијание врз економскиот раст.

4.2. ТЕСТОТ ЗА КАУЗАЛНОСТ НА ГРАНЦЕР

Тестот за каузалноста на Гренцер се користи за тестирање на насоката на каузалноста меѓу променливите. Ние го регресираме БДП по сопствени заостанувани вредности и за заостанатите вредности на трговската отвореност и СДИ преку создавање тестови за нулта хипотеза, додека резултатите се прикажани на следната табела (табела7).

Табела 7: Резултатите на тестот за каузалност на Гранцер

		Dependent variables (equation)		
		ln rGDP	ln open	ln FDI
Independent variables (lags)	ln rGDP		23.87 (0.000)	4.613 (0.329)
	ln open	17.837 (0.001)		0.61763 (0.961)
	ln FDI	14.509 (0.006)	15.605 (0.004)	

Извор: калкулации на авторот.

Според резултатите на тестот на каузалност на Гранџер, постои двонасочна каузална врска помеѓу трговската отвореност и БДП, додека пак СДИ предизвикува БДП во Република Македонија, т.е. постои еднонасочна врска помеѓу СДИ и економски раст.

5. ЗАКЛУЧОК

Целта на оваа студија е емпириски да ги анализира ефектите од трговската отвореност и СДИ врз економскиот раст на Република Македонија. Оваа студијата користи квартални податоци за временскиот период 2000Q1-2016Q2, употребувајќи ја методологијата на VECM како и тест за каузалноста на Гранџер. Резултатите на тестот на стационарност, т.е. Unit root тестот потпирајќи се на Augmented Dickey Fuller тест, укажуваат дека временските сериите не се стационарни во нивното ниво односно поседуваат unit root, но стануваат стационарни во првата диференција т.е. разлика. Резултатот на тестот на Јохансен за ко-интеграција укажува дека постои еден ко-интегриран вектор, што укажува на постоењето на долгорочната врска меѓу променливите во овој модел. Од резултатите на VECM, може да се види дека бидејќи знакот на коефициентот е негативен и статистички значаен, се укажува на постоење на долгорочна врска помеѓу СДИ, трговската отвореност и економскиот раст на Република Македонија за временскиот спин 2000к1 – 2016к4. Понатаму, трговската отвореност има позитивен и статистички значаен ефект врз економскиот раст, додека пак СДИ немаат статистичко значајно влијание врз економскиот раст во Република Македонија. Од друга страна, реалниот извоз има позитивно и статистичко значајно влијание врз економскиот раст додека пак реалниот увоз нема статистичко значајно влијание врз економскиот раст.

Покрај тоа, резултатите од анализата на моделот на VECM, ја поддржуваат хипотезата дека постои позитивна врска помеѓу трговската отвореност и реалниот БДП и оваа врска е статистички значајна. Од друга страна, се отврлува хипотезата дека постои позитивно и значајно влијание помеѓу СДИ и економскиот раст во Македонија. Покрај тоа, постои значителна врска помеѓу извозот и економскиот раст, додека пак не постои значителна врска помеѓу увозот и економскиот раст во Република Македонија.

Според резултатите од тестот за каузалноста на Гранџер, постои двонасочна каузалност помеѓу трговската отвореност и БДП во реални услови, како претставник на економскиот раст, додека спротивното може да се изјави за СДИ и економскиот раст, каде е присутна еднонасочна каузална врска меѓу овие променливи, односно СДИ предизвикува економски раст во случајот на Република Македонија.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

- [1] Alcalá, F. (2004). Trade Productivity. (119(2), Ed.) *Quarterly Journal of Economics*, 613-646.
- [2] Babula, R. &. (2008). The Link Between Openness and Long-Run Economic Growth. *Journal of International Commerce and Economics*, 1-20.
- [3] Balassa, B. (1985). Exports, policy choices, and economic growth in developing countries after the 1973 oil shock. *Journal of Development Economics* 18(1), 23-35.
- [4] Bhagwati, J. &. (2001). outward-Orientation and Development: Are Revisionists Right? *Economic Growth Center*, (p. Paper No. 806.).
- [5] Blomstrom, M. R. (1994). What explains the growth of developing countries? *International Convergence of Productivity*. London: OxfordUniversity Press.
- [6] Chen, H. (2009). A Literature review on the relationship between foreign trade and economic growth. *International Journal of Economics and Finance* 1(1), 127-130.
- [7] Dollar, D. (1992). Outward-oriented developing economies really do grow more rapidly: evidence from 95 LDCs, 1976-1985.
a. http://www.jstor.org/stable/1154574?seq=1#page_scan_tab_contents, Vol. 40(3)).
- [8] Edwards, S. (1993). Openness, Trade Liberalization, and Growth in Developing Countries (Vol. 31). *Journal of Economics Literature*.
- [9] Irwin, D. (2001). A Brief History of International Trade Policy. (Vol. 58). Retrieved from Library of Economics and Liberty: <http://www.econlib.org/library/Columns/Irwintrade.html>.
- [10] Irwin, D. A. (2002). Does trade raise income?: Evidence from the twentieth century. *Journal of International Economics* 58(1), 1-18.

- [11] Jones, I. C. (2000). Comments on Rodriguez and Rodrik, "Trade Policy and Economic Growth: A Skeptics Guide to the Cross-National Evidence. Macroeconomics Annual Conference. Cambridge, Massachusetts.
- [12] Krueger, A. &. (2003). Trade, Growth and Poverty: A Selective Survey. IMF WORKING PAPER, No.03/30.
- [13] Lewer, J. J. (2003). How large is international trade's effect on economic growth? Journal of Economic Surveys 17 ; no.3 .
- [14] Marshall, A. (1890). Principles of Economics. London: Macmillan. 29) Michael P.Todaro, S. C. (2011). Economic Development. USA: Pearson.
- [15] Muhammad S. Anwer, R. S. (1997). Exports and Economic Growth. Western Agriculture Economics Association. Nevada: Reno/Sparks.
- [16] Nagdy, M., & Roser, M. (2015). International Trade. Id in Data: <http://ourworldindata.org/data/global-interconnections/international-trade/>.
- [17] Rodriguez, F. &. (2000). Trade Policy and Economic Growth: A Skeptics Guide to the CrossNational Evidence. NBER Working Paper No. 7081.
- [18] Selimi, N., L.Sadiku and M. Sadiku. (2014). "Empirical Analysis on the Impact of the Global Financial Crisis in Macroeconomics Indicators of the Republic of Macedonia". 13-th Annual Research Conference on Advancement in Business, Science and Technology, (p. Book of Proceedings). Istanbul, Turkey.
- [19] Smith, A. (1776). An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations. (E. (C. J. Bullock, Ed.) New York: P.F. Collier & Son.
- [20] Tsen, W. (2006). Granger causality test among openness to international trade, human capital accumulation and economic growth in China: 1952-1999. . International Economic Journal 20(3) , 285-302.
- [21] Warner, A. (. (2003). Once more in to the Breach: Economic Growth and Integration. (p. Working Paper No. 34.). Center for Global Development,.

INTRODUCTION OF ‘THE EXPECTED LOSS MODEL’ UNDER IFRS 9 FINANCIAL INSTRUMENTS – CRITIQUES AND CONSIDERATIONS

Hristina Oreshkova

University of National and World Economy, Sofia, Bulgaria, hristina_oreshkova@abv.bg

Abstract: The most recent global crisis of 2007 to 2009 exposed considerable vulnerability and numerous weaknesses of the financial system worldwide. More specifically the crisis highlighted the costs incurring because of delays in recognition of credit losses on loans and receivables not only on the part of banks, but also on the part of other financial institutions and lenders. All this proved out to be inconsistent with the philosophy of prudence, for long considered an overriding accounting principal especially in Continental Europe, and an essential theoretical concept – in the Anglo-Saxon world. Subsequently the debates on the matter have extremely intensified, and it has become more than obvious that the strategic far-reaching goal of making efforts to globally improve not only the resilience of the financial system, but the lending practices as a whole should be regarded as being of highest priority.

Logically the considerable part of the discussions has focused extremely on the essence of various shortcomings in accounting standards that embody or are based on a prudential philosophy, the relevant requirements, and, on the everlasting societal and social necessity of neutral and well-balanced compliance with the guiding principles of prudential policy as well as on the key importance of regulatory oversight process as emphasized by the G20.

Consequently a major area of focus for a long time up to now has been the development of coherent approaches, and attempts have been globally made to search for and propose well-grounded models of accounting recognition of objects, whose valuation needs estimation, so as to resolve the most crucial problems as the issue of provisioning for loan losses. All this has not occurred unexpectedly. The recognition of loan losses and the provisioning for loan losses consistent with the previous International Accounting Standards approaches have also been criticised as not being designed on a prudential basis even to the point of being unsound. As a result the new IFRS 9 Financial Instruments was intended to respond to attacks on the part of large number of academicians, professionals and other stakeholders. The major motive was that IAS 39 Financial Instruments: Recognition and Measurement was perceived as too complex, inconsistent in the approaches to recognizing losses experiencing because of impairment of financial assets of various categories, and inconsistent with the manner entities manage their business activities and inherent risks. There was criticism and disapproval because some of the rules under IAS 39 give rise to significant delays in the recognition of credit losses on loans and loan receivables until it is too late in the credit cycle.

The key question of whether the International Accounting Standards Board’s decision to introduce the model of expected credit losses will contribute to achieve greater transparency of the information produced for and provided by financial statements, and whether it will improve its quality, still stands. It is too early probably to give an objective and unambiguous answer, and any attempt to generalize would most probably be not unmistakable. At present the most realistic answer perhaps is that this will largely depend on the specific circumstances, since too much subjective judgements regarding the possible impact of various external and internal factors and indicators, including ones related to the forward-looking macroeconomic conditions, will influence the reliability (consistency) of the estimates of the expected credit losses; the reliability of these judgments will depend first and foremost on the competencies, professionalism, expertise, integrity and the independence and professional responsibilities of people at the highest levels of corporate governance and management.

The underlying argument, central to the present article, supporting the author’s view, is that too much discretionary power in modelling expected credit losses is retained, that is, set aside for entities’ officials, executives, high-ranking managers and other superiors. The discussions on the possible implications of the expected credit loss model under IFRS 9 often emphasize that such circumstance may potentially inhibit the long-standing efforts targeted at achieving greater transparency of information, which is inherent in IFRS 9 main objectives.

Managerial shifts towards more prudential policies can be expected, and that in turn can possibly improve the transparency not only in theory. However, in practice that may not be the case at all times. The implementation of the new expected credit loss model poses challenges for many undertakings concerned. Actions are needed on the part of policy makers to ensure consistency in its development and implementation, in order to constrain the emergence of potential dissimilarities in respect of the reported results even if created under the burden of similar set

of risky circumstances. As regards disclosure of information related to the inputs, assumptions and techniques used to duly identify significant increases in credit risk and to estimate expected credit losses (ECLs), they will continue to be crucial, and its quality not just quantity will be of great importance for improving transparency and taking advantage of the forecasted (predicted) reduced procyclicality.

A complete understanding of the importance of auditors' key role would be also critical. This could be constructive in promoting an improvement of auditing practices worldwide, and, as a result of this, in achieving the long-desired higher degree of quality of financial statements information, and globally restoring trust in its credibility.

Keywords: prudence, incurred loss model, expected loss model, transparency, managerial discretion, financial accounting and financial reporting;

1. INTRODUCTION

The most recent global crisis (of 2007 to 2009), arisen as a financial one in the US, evolved into an economic one on an unprecedented scale, exposed considerable vulnerability and numerous weaknesses of the financial system worldwide. Specifically, the crisis highlighted the systemic (attributable to the system as a whole) costs incurring because of delays in recognition of loan losses not only on the part of banks but also on the part of other financial institutions and lenders. Subsequently, the debates on the matter have extremely intensified, and it has become more than obvious that the strategic goal of making efforts to globally improve the resilience of the financial system as a whole should be regarded as being of highest priority. Logically, a substantial part of the discussions has been focused on the essence of various shortcomings of the prudential requirements under IFRS, the everlasting societal and social necessity of compliance with the guiding principles of prudential strategies, as well as on the key importance of supervisory oversight process as emphasized by the G20. The leaders of G20, many investors, regulatory institutions and other authorities on guidelines of prudential policies emphasized the necessity of decisive action on the part of the most influential accounting standards setters as to improve the approaches and the specific rules inherent in the guiding principles of prudential policies, and, therefore, the practices of provisioning for loan losses both in the financial and non-financial sectors [Key aspects of the Basel Committee on Banking Supervision supervisory guidance, 2015]¹⁵¹.

Consequently, for a long time up to now a major area of focus has been the development of coherent approaches to assessment of objects, respectively items, whose financial statement presentation, including valuation is essentially complex, and subsequently, attempts have been internationally made to search for and to propose well-founded models of recognition of such items. That is because of the fact that the evaluation in practice imposes even often requires subjective judgements in the estimation process (procedure); however, it is supposed that such judgements should be competently made; however, that is not always the case in practice. As a consequence, robust efforts have been globally made to resolve some of the most crucial problems such as the issue of provisioning for loan losses, and all that has not become a fact unexpectedly. The recognition of allowances for loan losses arising out of impairment of financial assets as well as the provisioning for loan losses in compliance with the approaches of IAS 39 have been considerably and deservedly criticised as not being designed and executed on a prudential basis even to the point of being unsound.

What was in fact the main reason for that common observation? Under the previous approach of the incurred loss consistent with IAS 39, the recognition of credit losses focused just on past events that had actually occurred already instead of focusing primarily on possible unfavorable events (at present or in future). However, it must be considered that such events potentially exist during the full time of the credit cycle; thus such events may possibly occur even in case the probability of their occurrence is judged as insignificant (immaterial). Under the IAS 39 Financial Instruments: Recognition and Measurement, accrual of provisions for loan losses has been mainly based upon an objective evidence of an incurred loss, caused by a specific "triggering event". A non-exhaustive list of "triggering events" that are indicators of impairment is provided by IAS 39. Reporting entities are not allowed to incorporate the effects of future events that will occur after the balance sheet date, even if such events are reasonably expected. More specifically, the model of recognising loan losses under both previous standards of the IASB and the

¹⁵¹ Discussing the supervisory guidance principles, the Basel Committee on Banking Supervision highlighted that banks must maintain sound corporate governance over their credit risk management and ECL estimation processes. Sound methodologies for assessing credit risk and estimating ECL should cover all lending exposures, including for restructured and credit impaired loans, should be subject to independent reviews, and must go beyond historical and current data to consider relevant forward-looking information [‘Key aspects of the Basel Committee on Banking Supervision supervisory guidance’, 2015].

US FASB is commonly discussed that way since it requires recognition of credit losses that have actually incurred as of the balance sheet date but not (of) losses that can be expected by the reason of unfavorable forthcoming events in the future, i.e., even if it is highly probable that such events will inevitably occur. Potentially unfavorable events that might cause losses always exist. Previously the identification of loss was mostly based on the occurrence of “a causing event”, supported by observable evidence of significant deterioration in the credit quality of the financial asset (for example, a debtor’s loss of employment, a decrease in the value of the property serving as collateral, a status of overdue credit etc.) usually combined with an expert subjective judgment. That practice led in fact to the emergence of incurred losses that were recognized far too late, and, moreover, to the overestimation of the recognized interest revenues until the moment of failure to pay. All this is consistent with the concept of the incurred loss, and that theory underlies the relevant incurred loss model (ILM).

The incurred loss model (ILM) of accounting for losses on loans and loan receivables is designed and applied across the world through the standards, including the IFRS, US GAAP and UK GAAP¹⁵², to counteract admissible managerial inclinations of creating hidden reserves during periods of economic upsurge that can be reversely used, that is opportunistically, depending particularly on the specific conditions, in order to flatten, enhance or reinforce earnings during periods of downturn. As it has been discussed in my previous research, focused on the problem, the deliberate creation of hidden reserve when/where there is in fact no surrounding uncertainty is neither cautious nor prudential response to something even nonexistent, but merely concealment of facts; and, in my view, it is not compatible with the essence of the traditional prudence in accounting, and moreover, with the guiding principles of prudential policy. Therefore, the main considerations were to ultimately constrain excessively conservative managerial attitudes, inclined to unreasonably trust most pessimistic prognoses or unfavorable scenarios, and further, to prevent possible consequences of such unprofessional behaviour on financial statement performance. Any attempts of conducting such destructive policies would lead to complete distortion of data as well as of accounting information, and would bring about all the negative implications. All that, was contrary to the essence of a number of core accounting principles or concepts as they are referred to in the UK, e.g., as the one of prudence or independence of the separate reporting periods, the matching concept, and others. The approach under IAS 39, commonly discussed as backward in nature, lead to loan losses being recognized that have been broadly regarded as “too little, too late”. Essentially, this means that loan losses are only considered when the probability of default (PD) is near to 100%. It is argued by authoritative authors like Zoltán Novotny-Farkas [The Significance of IFRS 9 for Financial Stability and Supervisory Rules, 2015, p.10]¹⁵³ that: “A fundamental problem with the incurred loss model is that impairment allowances for credit losses tend to be at their lowest level before an economic cycle trends downward and actual losses begin to emerge”. With regard to that common observation appreciating the significance of the important improvements introduced along with IFRS 9, concerning problems of classification and measurement of financial assets, the expected credit loss model for calculating and accounting for losses of impairment of financial assets and provisioning for loan losses, the general hedge accounting requirements and others, Hans Hoogervorst admitted (2014) that accounting standards around the world, including the IFRS, US GAAP and UK GAAP, are based (Hoogervorst has in mind the relevant approaches as implemented at that time in 2014) upon the incurred loss impairment model, designed that way to limit management’s ability to create hidden reserves during good times that could be used to flatten earnings during bad times [Hoogervorst, 2014, pp.1-9]^{154 155}. It was more than obvious that the IASB’s members were confronted by the complex task to develop rules, designed for well-thought-out, well-organized and disciplined management of earnings and risks, and that responsibility has probably been considered to be the main concern. As a result, in July 2014, the International Accounting Standards

¹⁵² Generally Accepted Accounting Practice in the UK (UK GAAP) is the body of accounting standards and other guidance published by the UK’s Financial Reporting Council (FRC). A new financial reporting framework in the UK is effective on 1st January, 2015.

¹⁵³ Novotny-Farkas, Z. (2015), “The Significance of IFRS 9 for Financial Stability and Supervisory Rules”, 2015, pp.1-54, European Parliament”, Brussels: European Union, 2015.

¹⁵⁴ Hoogervorst, H. (2014), “Charting progress towards global accounting standards”, *Conference Singapore*, pp.1-9

¹⁵⁵ Further the IASB Chairman points out that “during this most recent crisis the model has been accused of resulting in impairment being ‘too little, too late’. In practice ... impairment was only recognised just before a loan defaulted. ...loan losses were often recognised far too late. As a result, many investors lost trust in the quality of banks’ balance sheets... For this reason we decided to move from an incurred loss model to an expected loss model.” [H. Hoogervorst, 2014, pp.1-9]

Board (IASB) issued IFRS 9 *Financial Instruments*¹⁵⁶, and in 2016 the Financial Accounting Standards Board (US FASB) in the US published its final standard that is based on ‘the current expected credit losses’ (CECL) approach.¹⁵⁷

The author’s main goal is to highlight problems that as potentially existent give rise to concerns even though the newly introduced improvements will most probably imply more prudential policies on the part of the entities mostly impacted by the changes, and as well as to support the relevant considerations with comprehensive arguments.

2. WHY SHOULD MODELS OF PROVISIONING FOR LOAN LOSSES BE BASED ON ESTIMATES OF EXPECTED LOSSES?

Critical questions have been raised in the debates on the matter, and many of these questions have been encouraged by the long-standing implications of the recent global crisis on the financial status and performance of thousands of entities both in financial and non-financial sectors as well as on the social status of millions of people. Researchers like Cohen and Edwards Jr [2017, pp. 39-56, pp.40-42 and following]¹⁵⁸ brought up the issue of “*whether models of provisioning, including the effect of provisioning on regulatory capital levels, contributed to procyclicality by spurring excessive lending during the boom and forcing a sharp reduction in the subsequent bust*” (*Emphasis added*). Furthermore, Cohen and Edwards Jr thoroughly discussed the crucial question of *why entities should provision for expected credit losses* [Cohen, B.H. and G. A. Edwards Jr, 2017]¹⁵⁹, focusing on interesting insights of many other researchers. For example, Cohen and Edwards Jr discussed the views of Borio and Lowe (2001), who argue that, “conceptually, if lending rates accurately reflected credit risks, banks would have no reason to set aside additional provisions at the initiation of a loan to cover *expected losses*”. In Borio and Lowe’s view, the core reasoning in the case is that: “The higher margin of interest on a risky loan would reflect the increased risk of non-payment, while a higher rate of discount, which reflects greater risk relating to the loan’s cash flows, would counterbalance the higher interest margin in guiding the decision of lending.” Regarding this Borio and Lowe deliberated that “capital would still be needed to cover unexpected losses.” As specified by these authors “Provisions would then be appropriate, if the riskiness of the loan increases after initiation, to recognise the higher discount rate and the reduced likelihood of repayment, or, equivalently, the value of the loan would be marked down as part of a fair value accounting approach”. Similarly, in Cohen and Edwards’s view, “a bank might even take negative provisions” (an increase in asset values), if riskiness were to recede” [Cohen and Edwards Jr, 2017, pp. 40-42].¹⁶⁰

The critical question that should be raised at this point as it distinctly stands, is namely why then provisions should be based on estimates of expected losses since the moment a loan is initiated. It is pointed out in the quoted article, that one answer is that loan pricing may not completely reflect the risks for the reason of transitory (temporary, passing) market conditions that will soon recede, and that explanation can be accepted as an objective and reasonable one. “If past experience and sound modelling suggest that credit risks are not fully reflected in loan pricing decisions, prudential risk management would presuppose supplementing market signals with additional evidence.” [Cohen and Edwards Jr, The new era of expected credit loss provisioning, 2017, p.40]¹⁶¹ More explanations related to capital are also further discussed since the issue of capital adequacy is no less important. In their analysis, Cohen and Edwards Jr referred to Peek and Rosengren (1995), for example, as well as to Dugan (2009), who noted that the need to maintain adequate capital (or rebuild deficient capital) is less likely to bind banks’ decisions in good times than in bad times, creating a bias to lend freely during economic upsurges. “Forward-looking provisioning essentially brings the capital cost of a lending decision forward in time, restoring to some

¹⁵⁶ In July 2014 the IASB issued IFRS 9 *Financial Instruments* with mandatory implementation from January 1st, 2018. The IFRS 9 supersedes all previous versions and is mandatorily effective for periods beginning on or after January 1st, 2018 with early adoption permitted (subject to local endorsement requirements). For a limited period, previous versions of IFRS 9 may be adopted early, provided the relevant date of initial application is before February 1st, 2015 (subject to local endorsement).

¹⁵⁷ It is expected that both of the new standards will come into effect in the period between 2018 and 2021.

¹⁵⁸ Cohen, B. H., and G. A. Edwards Jr. (2017), “The new era of expected credit loss provisioning”, BIS Quarterly Review, March, pp.39-56 (40-42 and following ones).

¹⁵⁹ Cohen, B. H., and G. A. Edwards Jr. (2017), “The new era of expected credit loss provisioning”, BIS Quarterly Review, March, pp.39-56 (40-42 and following ones).

¹⁶⁰ Cohen, B. H., and Gerald A. Edwards Jr. (2017), “The new era of expected credit loss provisioning”, BIS Quarterly Review, March, pp.39-56 (40-42).

¹⁶¹ Ibid, p. 40.

extent the incentive value of capital for marginal lending decisions, even in times when the capital buffer itself is not a binding constraint.”[Cohen and Edwards Jr, 2017, pp.40-41]¹⁶²

The essential explanation underlying most incompatible arguments advocated by opponents is that allowing too much judgment in setting provisions could enable banks and not only banks but other financial institutions and corporate entities to deliberately use those opportunities of exercising provisioning practices, to smooth earnings, and as a consequence, to significantly impair the transparency of financial statement information, therefore, to significantly reduce its usefulness to investors and other counterparties. It should be emphasized that, *in order to avoid such possible consequences or scenario, provisioning needs to be based on clear rules of when and how provisions are recognized and adjusted over time, alongside transparency of the methodologies and assumptions.* [Cohen and Edwards Jr, 2017, pp. 39-56, pp. 40-42]¹⁶³

Vast majority of scientific research support the widely maintained conclusion that delayed provisioning or backward-looking provisioning practices lead to the procyclicality of lending, while forward-looking provisioning reduces procyclicality. It is comprehensively discussed by Cohen and Edwards Jr (2017), that Laeven and Majnoni (2003), for example, looking at 1,419 banks in 45 countries in the period between 1988 to 1999, find a positive relationship between provisions and pre-provision earnings, suggesting that banks use provisions to smooth income, and that a negative relationship holds between provisions and growth in lending and GDP, implying that provisions are procyclical. Some findings of other authors also discussed by Cohen and Edwards Jr (2017) are those Beatty and Liao (2011), who looking at quarterly data on 1,370 US banks in the period of 1993 to 2009, find out that a longer delay in banks’ loan loss recognition increases the negative impact of recessions on bank lending. These scientists find out this result for several measures of delayed loss recognition at bank level: a flow measure (the responsiveness of provisions to past non-performing loans), a stock measure (the ratio of loan loss allowances to contemporaneous non-performing loans) and a market measure (the link between a bank’s current reported income and future equity returns). Cohen and Edwards Jr referred to the findings of more researchers like Bushman and Williams (2012), who apply a similar approach to banks in 27 countries, and investigate the relationship between banks’ loan-loss provisions and their past and future non-performing loans. They find out that banks’ risk-taking discipline (the tendency to reduce leverage when asset volatility rises) is greater for banks that take provisions well ahead of actual loan losses. [Cohen and Edwards Jr, 2017, pp.41-42]¹⁶⁴

In general, loan loss reserves designed to absorb current losses, are represented on the balance sheet via a contra-asset line item; such reserves differ in essence from capital and its comprising components, represented on the balance sheet through an equity line items, usually intended to absorb future unexpected losses. Loan loss reserves are developed, i.e., accumulated over time through accrual of provisions for loan losses along with recognition of an impairment expense item on the income statement, in order current losses on loans to be recognised. Under IAS 39 *Financial Instruments: Recognition and Measurement*, loan loss provisions have been largely reported on an ex-post basis. More specifically, the accrual of provisions subsequently, after the “loss event” has in fact occurred, is constructed upon the techniques of the incurred loss models. In complete unanimity with Gebhardt and Novotny-Farkas (2011) Nicolas Stefano reasonably deliberated [N. Stefano, Norges Bank Economic Commentary, 2017, pp. 1-10, p.3]¹⁶⁵ that since the incurred loss models focus on objective evidence of loss, that can limit the potential for earnings management through discretionary loan losses provisioning as it is also noted by Gebhardt and Novotny-Farkas (2011), to whom the author refers. Stefano respected the extensive research focused on the problem – the possibility for capital and earnings management through discretionary, optional or flexible loan loss provisioning, and discussed opinions of authoritative authors like Moyer (1990), Beatty et al. (1995), Collins et al. (1995), Liu and Ryan (2006), and Norden and Stoian (2013)¹⁶⁶. Stefano soundly suggested that market participants often searching for transparency of financial statements information may have appreciated such methodical approaches even before the crisis. Those assumptions are supported through a reference to Dugan (2009), who also noted that provisioning based upon incurred loss models, in practice reinforced the procyclicality effects, observed during the financial crisis. More than a few analyses have supported the opinion that delays in provisioning for loan losses under

¹⁶² Ibid, pp. 40-41.

¹⁶³ Cohen, B. H., and Gerald A. Edwards Jr. (2017), “The new era of expected credit loss provisioning”, BIS Quarterly Review, March, pp.39-56 (40-42).

¹⁶⁴ Ibid, pp. 41-42.

¹⁶⁵ Stefano, N. (2017) Norges Bank Economic Commentary, no. 8, 2017, IFRS 9, Implementation, pp. 1-10, p.3.

¹⁶⁶ See also Moyer (1990), Beatty et al. (1995), Collins et al. (1995), Liu and Ryan (2006), and Norden and Stoian (2013).

incurred loss models have contributed to procyclicality [N. Stefano, 2017]¹⁶⁷. Moreover, it is argued that the employment of such models can lead to incomparable results due to the potential for varying underlying assumptions and inconsistency in application that can inhibit transparency¹⁶⁸.

Under IFRS 9 provisioning for loan losses will largely rest on an ex-ante basis. Specifically, provisions will be recognized before the “loss event” has actually occurred even though such loss event may not occur; this in itself supposes that provisioning will (*should*) be based upon forward-looking trustworthy and provable information and that the loan losses will be calculated through the techniques of expected credit loss models. Therefore, the new IFRS 9 embodies philosophy imposing a shift in focus towards more prudential considerations in future provisioning practices for loan losses. Under the new approach, provisioning will no longer be focused on past one-off events, but rather on reasonable expectations that should be based on reliable, i.e., verifiable and supportable information, and methodically weighed probability of what could possibly happen over the full lifetime of the financial asset. It is argued that against the backdrop of a financial cycle, such an approach may reduce procyclicality¹⁶⁹. However, it is actually admitted that the results have not yet been observed in practice [Nicolas Stefano, 2017]¹⁷⁰.

The purpose of estimating expected credit losses is neither to estimate the worst-case scenario nor to estimate the best-case scenario. Instead, an estimate of expected credit losses shall always reflect the possibility (probability) that a credit loss occurs and the possibility that no credit loss occurs even if the most likely outcome is no credit loss [B5.5.41]¹⁷¹.

It is emphasized in IFRS 9, Paragraph 5.5.17(a), that the estimate of the expected credit losses should reflect an unbiased and probability-weighted amount, which is determined by evaluating a range of possible outcomes. It is explicitly highlighted in IFRS 9 that in practice estimating expected credit losses may not necessarily need to be a complex process of analysis, and that an entity does not need to identify every possible scenario. In some cases, relatively simple modelling may prove to be sufficient, without the need for a large number of detailed simulations of scenarios. In other cases, entities will need to determine how many more scenarios are required. IFRS 9 also permits the use of models for estimating expected losses that do not require explicit scenario and probability analysis. For example, it is stated that the average credit losses for a large group of financial instruments with shared risk characteristics may be a reasonable estimate of the probability-weighted amount. In other situations, the identification of scenarios that specify the amount and timing of the cash flows for particular outcomes and the estimated probability of those outcomes will probably be needed. In those situations, the expected credit losses shall reflect at least two outcomes in accordance with Paragraph 5.5.18 [B5.5.42]¹⁷². As a general rule, the maximum period to consider in measuring expected credit losses is the maximum contractual period (including extension options). For lifetime expected credit losses, an entity shall estimate the risk of default occurring on the financial instrument during its expected lifetime. 12-month expected credit losses are a portion of the lifetime expected credit losses, and represent the lifetime cash shortfalls that will result if a default occurs in the 12 months after the reporting date (or a shorter period if the expected life of a financial instrument is less than 12 months), weighed by the probability of that default occurring. *Therefore, 12-month expected credit losses are neither the lifetime expected credit losses that an entity will incur on financial instruments that it predicts will default in the next 12 months nor the cash shortfalls that are predicted over the next 12 months* [B5.5.43]¹⁷³.

It is required by IFRS 9 the estimates of the expected credit losses to reflect the amount, reliably determined (measured) and weighed on the basis of probability by evaluating the scope of possible outcomes (results), however passing through the professional judgement.

The new IFRS 9 *Financial Instruments* impairment model was proposed to respond to robust attacks on the part of great number of academicians, professionals, and stakeholders that IAS 39 *Financial Instruments: Recognition and Measurement* is too complex, besides inconsistent with the manner entities manage their business activities and

¹⁶⁷ Nicolas Stefano refers (2017) to many authoritative authors like Laeven and Majnoni (2003), Beatty and Liao (2011) and Bushman and Williams (2015).

¹⁶⁸ Ibid, pp. 1-10, p.3

¹⁶⁹ The IASB and the US FASB issued their standards since they believe the ECL approaches would provide more useful information for investors. The Boards did not seek to address procyclicality issues. Nevertheless, the Financial Stability Forum noted, the earlier recognition of ECL should nonetheless help to mitigate procyclicality.

¹⁷⁰ Stefano, N. (2017) Norges Bank Economic Commentary, no. 8, 2017, IFRS 9, Implementation, pp. 1-10, p.3

¹⁷¹ IFRS 9 Financial Instruments as issued by the IASB.

¹⁷² IFRS 9 *Financial Instruments* as issued by the IASB.

¹⁷³ IFRS 9 *Financial Instruments* as issued by the IASB.

inherent risks. Another criticism was that some of the IAS 39 rules defer the recognition of credit losses on loans and loan receivables until too late in the credit cycle. It should be admitted that some members of the International Accounting Standards Board (IASB) have realised the necessity of reconsidering the models of IAS 39 *Financial Instruments: Recognition and Measurement*, and have intended to introduce requirements as to presuppose more prudential accounting policies.

3. THE PROSPECTS WITH REGARD TO THE POSSIBLE CONSEQUENCES OF IFRS 9 *FINANCIAL INSTRUMENTS* EXPECTED LOSS MODEL

The stakeholders' forecasts mostly discussed with regard to the possible implications of IFRS 9 *Financial Instruments* alongside its new expected credit loss (ECL) model include:

- The appropriate application of the expected credit loss model under IFRS 9 imposes much more relevant information (historical, current and forecast) to be collected, accumulated and incorporated in the process of identifying, recognizing and estimating expected future credit losses, a circumstance that may be considered a prerequisite the credit quality of financial assets to be better reflected. Therefore, it addresses the appeal of G20 and other globally interested groups for strengthening the accounting recognition of loan losses by including a broader range of information. It was specified that the purpose of estimating expected credit losses is neither to estimate the worst-case (pessimistic) scenario nor to estimate the best-case scenario. Instead, an estimate of an expected credit loss shall (should) always reflect the possibility (probability) that a credit loss occurs (may occur) and the possibility (probability) that no credit loss occurs (may occur) even if the most likely outcome is no credit loss.

- It is supposed that some of the changes ever since the standard is effective will contribute to more volatility with regard to the income statement/statement of profit or loss and other comprehensive income as IFRS 9 potentially raises the likelihood (probability) of that more financial assets to be measured after initial recognition at fair value through profit or loss (FVTPL), and, therefore, it can be expected that possible significant changes in fair values will be recognized in profit or loss as soon as they arise.

- As highlighted previously, earlier identification and recognition of probable future losses due to impairment of financial assets on loans and receivables including trade receivables, is expected, since entities will have to start providing for possible future credit losses in the very first reporting period a loan is recognized in the accounts – even if it is highly probable that the asset will be completely and timely collectible as provided for under the lend arrangement of repayment. The earlier and probably higher impairment allowances can limit the possibilities of distributing overstated profits in the form of dividends and premiums, and also to constrain high-ranking managers' excessively optimistic expectations. With regard to the broadly discoursed assumptions for earlier recognition of loan losses, the European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) as an active group who has always contributed to the IASB's due process has confirmed their standpoint. EFRAG conducted a test in the field with the National Standard Setters of leading states as France, Germany, Italy and the UK. The objective was to assess whether the proposals set out in the Exposure Draft ('ED') would address the weaknesses of the incurred loss model consistent with IAS 39, whether the proposals were operational, and the likely costs of expected loss model implementation (EFRAG's Comment Letter - Financial Instruments: Expected Credit Losses). EFRAG also agreed with the analysis in Paragraph BC170 of the ED that the proposed model would ensure more responsiveness to the changes in the credit quality compared to IAS 39, and, therefore, would result in an earlier recognition of expected credit losses.

- An increased accrual of provisions is expected from the moment IFRS 9 comes into force. "Since this convergence (between the Basel regulatory framework and IFRS) comes with some challenges with regard to the pressure on the capital ratios due to an increased accrual of provisions, the credit institutions must estimate the degree of impact on their capital, and be active in designing a plan for the execution of developed models as early as 2017, before IFRS 9 comes into effect as of January 1st, 2018." [Milanova, E., Compatibility between IFRS 9 Financial Instruments and the Basel framework for capital requirements, 2017]¹⁷⁴

¹⁷⁴ Milanova, E. (2017), "Compatibility between IFRS 9 Financial Instruments and the Basel framework for capital requirements", Yearbook 2016: IDES/ICPA in Bulgaria, 2017, pp. 31-78.

- In that way, IFRS 9 can mitigate the amplifying effect of the incurred loss approach on procyclicality and can enhance financial stability. [Zoltán Novotny-Farkas, *The Significance of IFRS 9 for Financial Stability and Supervisory Rules*, 2015, pp.1-54]

- It can also be suggested that those entities that are more significantly impacted by the introduced considerable quantitative and qualitative disclosure requirements may need new systems and processes to collect, accumulate and provide the essential data and information. Disclosure practices will need to fortify prudential assessment and management of risk through market discipline. Results of many surveys indicate a need for that central banks and other prudential authorities to be more active in encouraging banks to devote more resources to implementing expected credit loss provisioning requirements in a more robust, consistent and transparent manner.

- It is reasonably argued that a great degree of discretionary power in modelling expected credit losses on loans and long-term trade receivables is reserved for entities' officials, executives, high-ranking managers and other superiors at corporate governance level. A great margin of discretion – freedom of choice, i.e. leeway to maneuver, is retained for the representatives of corporate governance; the major concern is that potential exists of turning that circumstance into a prerequisite for reducing the long desired and looked-for effect of all efforts targeted at achieving a higher degree of transparency, inherent in the main objectives of IFRS 9. The discussed changes signify potential shifts towards more prudential approaches that may hypothetically improve or might not improve the transparency of information. The implementation of the new accounting standards poses challenges that should be thoroughly comprehended by policy makers, and, therefore, skillfully managed by them. Actions that ensure consistency in the development and implementation of models in such way as to minimise potential differences in financial statements information provided will remain crucial to enhancing disclosure in practice. That issue is of key importance to achieve better transparency and to realize the benefits of the anticipated decrease in procyclicality.

- Entities will need to assess their business models of holding financial assets. For some entities, such as non-financial corporates, the assessment may be relatively simple as their financial assets may be limited to trade receivables and bank deposits that are obviously held to collect contractual cash flows. Entities that have a broader range of activities involving financial assets, for example lenders, investors in debt securities held for treasury activities and insurance entities, will need to perform more thorough analysis to understand the relevant business model and consider the motivations that would lead to disposals of financial assets.¹⁷⁵

4. FURTHER INFERENCES

It can be argued as discussed by specialists that IFRS 9 *Financial Instruments* along with the new impairment model, which it proposes, if applied consistently, will (may) lead to the recognition of provisions for loan losses in a more timely fashion manner than that kind of practice was performed (executed) under IAS 39 *Financial Instruments: Recognition and Measurement*. The possible improvements primarily due to the requirement or opportunity for earlier recognition of 12-month ECL for all the exposures allocated (positioned) in Stage 1, of earlier recognition of lifetime losses as soon as it is noticed that credit risk significantly increases in Stage 2, and of the usage of a considerably broader range of data and information, including information pertaining to macroeconomic conditions and forward-looking one, can be actually realized only if the requirements are properly implemented. In particular, the ECL model under IFRS 9 imposes changes in the probability of default be taken into account earlier in comparison with the relevant model under IAS 39. With regard to rapidly expanding loan portfolios, when that process is logically combined with rising expectations probability of default to increase over time, under IFRS 9 ECL model it is required earlier and higher loan loss allowances to be recognized. It can be suggested that the new extended requirements of disclosure (qualitative and quantitative) may contribute to raise the level of transparency of loan loss provisioning and credit risk profile, and to improve management of credit risk.

¹⁷⁵ Entities will need to reassess their business models each reporting period, to determine whether the business model has changed since the preceding period. Increasing levels of sales of financial assets held within a business model that previously had met the pressure on the capital ratios due to an increased accrual of provisions, will enforce institutions to estimate the degree of impact of these changes on their capital, and be responsible in designing a plan for the execution of previously thought-out actions, adequate to the new circumstances.

However, there are preconceptions giving rise to concerns regarding the effects of IFRS 9 ECL model implementation. The scheme of ‘the three stage classification’ is based on a relative credit risk model. It means that all assets are initially allocated to the first stage (Stage 1), and furthermore, that subsequent reallocations from one stage to another will occur only when initial credit risk expectations substantially change, that is, when the credit quality of a financial asset significantly deteriorates. Under the absolute credit risk model, financial assets on loans would be initially allocated to one (any) of the three possible stages on the basis of the assessments of their absolute risk; that means that loans bearing higher risk would be directly classified either into the second stage (Stage 2) or the third one (Stage 3). As a main disadvantage of the credit risk absolute model is highlighted that it would require immediate recognition of lifetime losses, which conceptually would be questionable (can be questioned) since initially expected credit losses can be assumed to be incorporated in the pricing on the loan. The relative credit risk model mitigates this possible initial ‘mismeasurement’ only to some extent by recognising the 12-month expected credit losses (ECL). As a potential drawback of this model is pointed out by Novotny-Farkas [Novotny-Farkas, 2017, pp.15-16] that one and the same asset could be classified as to be included in Stage 1 by one bank and by another one in Stage 2, and that might impair comparability of information provided by financial statement of different financial institutions. Those concerns are partly mitigated by the presumption that riskier assets positioned in Stage 1 will probably have a higher 12-month ECL and also larger periodic adjustments of 12-month ECL [Novotny-Farkas, pp. 8-9, and pp.41-42]^{176 177}.

It is believed that “the IFRS 9 expected loss approach represents a reasonable compromise between providing relevant information and catering for the needs of supervisors to enhance financial stability.”[Novotny-Farkas, 2015, p. 8-9, pp. 41-42]¹⁷⁸ However, it is emphasized that the alignment of accounting and supervisory rules in combination with the increased minimum capital requirements under the Capital Requirements Regulation (CRR)¹⁷⁹ will probably reinforce incentives or motivations of bank superiors to opportunistically manipulate loan loss amounts in order to avoid breaches of regulatory thresholds, which, in turn, trigger limitations of dividend payments. [Novotny-Farkas, 2015, p. 8-9, and pp. 41-42]¹⁸⁰

It is argued by specialists that the expected credit loss (ECL) model under IFRS 9 stands much closer to the regulatory and supervisory framework requirements. The new impairment approach is based on prudential considerations predominantly; in addition, it is designed that way, in order to presuppose earlier and probably higher or at least more realistic impairment allowances, if applied consistently. For that reason, there is likelihood the application of IFRS 9 expected credit loss model to mitigate the tendencies of procyclicality considered an emblematic drawback of IAS 39 incurred loss model (ILM). The expectations about more reliable provisioning practices under IFRS 9 ECL model along with the anticipated improved transparency of financial statement information, may (might) contribute to enhancing financial stability.

The IFRS 9 model provides a considerably larger scope for managerial discretion than IAS 39 model. The expected loss model under IFRS 9 introduces a significant increase of managerial discretionary power with regard to the timing of recognition of expected credit losses and the assessment. There is a substantial scope for subjective judgment in determining whether significant increases in credit risk has incurred, and, if it is so, that will trigger (cause) the switch from the 12-month ECL to the recognition of lifetime losses. Management might be inclined to delay the movement of assets from Stage 1 to Stage 2, in order to avoid such ‘cliff effects’, and in such case impairments that would be recognised, would also be ‘too little, too late’. In a downturn, when problems develop

¹⁷⁶ Zoltán Novotny-Farkas (2015), “The Significance of IFRS 9 for Financial Stability and Supervisory Rules”, pp.1-54, European Parliament, Brussels: European Union, 2015.

¹⁷⁷ Novotny-Farkas reasonably argues that the initial recognition of 12-month ECL is somewhat arbitrary and lacks conceptual justification. Moreover, the author highlights potentially existent problems due to the stepwise recognition of loan losses in Stage 1 and Stage 2 that will often lead to an over- or understatement of loan loss allowances, and the magnitude of these deviations will depend on that how timely entities incorporate relevant information and update loan loss allowances, particularly an issue – in his view, with regard to financial assets moving from Stage 1 and Stage 2 and the switch from 12-month ECL to the recognition of lifetime ECL. Novotny-Farkas reveals the most critical question – if management is not able or is not willing to identify ‘significant increases’ in credit risk on a timely basis, the switch from Stage 1 to Stage 2 would result in significant ‘cliff effects’ creating the same problems as IAS 39. [Zoltán Novotny-Farkas, 2015]

¹⁷⁸ Ibid.

¹⁷⁹ Regulation (EU) 2017/2401 of The European Parliament and of The Council of 12 December 2017 amending Regulation (EU) No 575/2013 on prudential requirements for credit institutions and investment firms.

¹⁸⁰ Zoltán Novotny-Farkas (2015), “The Significance of IFRS 9 for Financial Stability and Supervisory Rules”, pp.1-54, European Parliament, Brussels: European Union, 2015.

quickly, the initial delay of recognition of losses in Stage 2 can exacerbate the ‘cliff effect’ with a sudden and substantial increase in loan loss allowances and a hit to regulatory capital causing the same problems as observed with IAS 39 incurred loss model. In addition, “the longer the forecast horizon that has to be considered in the measurement of expected losses the greater the valuation uncertainty and subjectivity.” [Z. Novotny-Farkas, 2015, p.33]¹⁸¹ With respect to that concern it is broadly admitted in the specialized accounting literature that “discretion is a double edged sword” [Bushman and Landsman, 2010; Bushman, 2015, p.11]¹⁸². Therefore, whether the looked-for potential benefits of IFRS 9 will be realised will ultimately depend on the specific manner in which the approaches are applied – and the right way is the approaches to be applied properly and consistently, in any case, not depending on the conjuncture. This, in turn, requires systematic and joint efforts to be made on the part of professional accountants as prepares as well as on the part of auditors¹⁸³, supervisors¹⁸⁴ and policymaking bodies¹⁸⁵.

5. CONCLUSION

It is reasonable to argue, therefore, that clear roles and responsibilities for validation of the IFRS 9 ECL model are needed along with adequate independence and competence, sound documentation and independent process review. In conclusion, the key question of whether the International Accounting Standards Board’s decision to introduce the model of the expected credit loss will contribute to greater transparency of the information provided by financial statements of general purpose, and whether it will improve the quality of financial reporting, still stands. Probably it is too early to give an objective and unambiguous answer, and any attempt to generalize would most probably be not unmistakable. At present, the most realistic answer perhaps is that this will largely depend on the specific circumstances, since subjective judgements regarding the possible impact of various external and internal factors as well as indicators, including the forward-looking macroeconomic conditions, will influence the estimates of the expected credit losses and their reliability; the reliability (consistency) of these judgments will depend first and foremost on the competencies, professionalism, expertise, integrity and the independence and professional responsibilities of people at the highest levels of corporate governance, policymaking and supervisory or controlling.

LITERATURE

- [1]Autorité des Normes Comptables (ANC). First Autorité des Normes Comptables (ANC) Symposium on Accounting Research, December, 2010.
- [2]Bank for International Settlements (2011) Basel Committee on Banking Supervision Consultative document: “The internal audit function in banks”, December, 2011, pp.1-27.
- [3]Bank for International Settlements (2015) Basel Committee on Banking Supervision Guidelines: “Corporate governance principles for banks”, July, pp. 1-43.
- [4]Bank for International Settlements (2017) FSI Insights on policy implementation No 5 Prudential policy considerations under expected loss provisioning: lessons from Asia, by F. Restoy and R. Zamil, October, pp.1-32.
- [5]Cohen, Benjamin H., Gerald A. Edwards Jr. (2017). The new era of expected credit loss provisioning, BIS Quarterly Review, March, 2017, pp.39-56.
- [6]Deloitte & Touche (2016) IFRS 9: Financial Instruments – high level summary, April, 2016.
- [7]Dugan, J. (2009). “Loan loss provisioning and pro-cyclicality”, remarks by John C. Dugan, Comptroller of the Currency, before the Institute of International Bankers, March, 2009, Washington DC.

¹⁸¹ See Zoltán Novotny-Farkas (2015, p.33).

¹⁸² See Bushman and Landsman (2010); See also Bushman (2015, p. 11).

¹⁸³ Cohen and Edwards Jr emphasized that authorities can encourage auditors to achieve a greater understanding of IFRS 9 as well as related implementation efforts and supervisory guidance. Supervisors should gain a better understanding of auditor roles, in their view. These authors consider that could be helpful in encouraging an improvement in the quality of auditor practices. Furthermore, the authors argued that: “Models will need to be validated and regularly reviewed... Disclosure practices will need to reinforce prudent risk measurement and management through market discipline. Survey results indicate a need for central banks and other prudential authorities to become more active in encouraging banks to devote more resources to implement ECL provisioning requirements in a more robust, consistent and transparent manner. New, forward-looking thinking will be needed for a new era.” [B. H Cohen and G. A. Edwards Jr, 2017]

¹⁸⁴ See ‘Key aspects of the Basel Committee on Banking Supervision supervisory guidance, 2015’

¹⁸⁵ See also Zoltán Novotny-Farkas (2015), “The Significance of IFRS 9 for Financial Stability and Supervisory Rules”, pp.1-54, European Parliament, Brussels: European Union, 2015.

- [8]E&Y (2017) “Financial Instruments: A summary of IFRS 9 and its effects”, March, 2017.
- [9]EFRAG (2013) Comment Letter – *Financial Instruments: Expected Credit Losses*, July, 2015, pp.1-25.
- [10]European Banking Authority (2016), “Report: On results from the EBA impact assessment of IFRS 9”, November, 2016.
- [11]European Banking Authority (2017) “EBA report on results from the second EBA impact assessment of IFRS 9”, July, 2017.
- [12]European Commission, Commission Regulation (EC) No 1126/2008 as of 3 November 2008 adopting certain international accounting standards in accordance with Regulation (EC) No 1606/2002 of the European Parliament and of the Council.
- [13]European Systemic Risk Board (2017) “Financial stability implications of IFRS 9”, July, 2017.
- [14]Fearnley, S. (2009). “Restore prudence to accounting”, *The Financial Times*, March 18th, 2009.
- [15]Fearnley, S. (2011). “We should abandon the IFRS bureaucracy in Europe and find our own accounting solutions”, *Proceedings of the Second Symposium on accounting research of the Autorité des normes comptables*, Paris, pp. 1-78.
- [16]Fearnley, S. and Sunder, S. (2005). “The headlong rush to global standards”, *The Financial Times*, October 27th, p. 14.
- [17]Fearnley, S. and Sunder, S. (2012). “Global accounting rules – an unfeasible aim”, *The Financial Times*, June 3rd, 2012.
- [18]Financial Accounting Standards Board, FASB (1980) Statement of Financial Accounting Concepts No. 2: Qualitative Characteristics of Accounting Information.
- [19]Financial Accounting Standards Board, FASB (2006), Preliminary Views: Conceptual Framework for Financial Reporting: Objective of Financial Reporting and Qualitative Characteristics of Decision-Useful Financial Reporting Information.
- [20]Financial Services Commission (FSC) Guidance Note (2013): Internal Audit Function in Banks, pp.1-20.
- [21]G20 (2009): London Summit – Leader’s Statement, 2nd April, 2009, pp. 1-9; available at: https://www.imf.org/external/np/sec/pr/2009/pdf/g20_040209.pdf
- [22]G20 (2009): The Global Plan for Recovery and Reform and Declaration on Strengthening the Financial System, G20 London Summit, April, 2009.
- [23]Gebhardt, G. & Z. Novoty-Farkas. (2011), Mandatory IFRS Adoption and Accounting Quality of European Banks, *Journal of Business Finance & Accounting*, 38, April, pp. 289-333.
- [24]Gebhardt, G., Mora, A., and Wagenhofer, A. (2014), Revisiting the Fundamental Concepts of IFRS, *Abacus: A Journal of Accounting, Finance and Business Studies*, vol. 50, no. 1, pp. 107-116.
- [25]Gorgan, C. (2013). Convergența contabilă internațională. Implicații asupra raportării financiare, Editura ASE, Bucharest.
- [26]Hoogervorst, H. (2014). “Charting progress towards global accounting standards”, *Conference Singapore*, pp.1-9
- [27]Horomnea, E. (2012). Dimensiunile științei, sociale și spirituale în contabilitate, Editura Tipo Moldova.
- [28]<http://lavieeco.com/news/economie/la-norme-ifs-9-va-bouleverser-le-mode-de-comptabilisation-des-provisions-bancaires.html>
- [29]<https://www.bankingsupervision.europa.eu/press/speeches/date/2015/html/se150421.en.html>
- [30]IFRS 9, Official Journal of the EU, Commission Regulation (EU) 2016/2067 of 22 November 2016, L323.
- [31]IFRS 9: Matters for Non-Financial Entities Extract, IFRS Discussion Group Report on the Meeting, May 30, 2017.
- [32]IFRS Foundation (2017) IFRS Standards and financial stability, pp.1-20.
- [33]Laeven, L. and G. Majnoni. (2003). Loan loss provisioning and economic slowdowns: too much, too late? *Journal of Financial Intermediation*, 12 (2), April, 2003, pp. 178-197.
- [34]Măciucă, Geanina, Hlaciuc, Elena and Ursache, Antonela. (2015). “The role of prudence in financial reporting: IFRS versus Directive 34”, *Procedia Economics and Finance* 32 (2015), pp. 738 – 744.
- [35]Memorandum of Understanding “The Norwalk Agreement” (2002), Norwalk, Connecticut, USA, September 18th, 2002.

- [36] Milanova, E. (2012). Accounting aspects of anti-cyclical policy of the banks in Bulgaria”, Jubilee International Scientific Conference: ‘Crisis and Economic Growth’, UNWE, Sofia, University Press, pp. 111-119.
- [37] Milanova, E. (2017). Compatibility between IFRS 9 Financial Instruments and the Basel framework for capital requirements, Yearbook 2016 IDES (ICPA) in Bulgaria, pp.31-78.
- [38] Niklas Frykström and Jieying Li, Financial Stability Department of the Riksbank (2018) IFRS 9 – the new accounting standard for credit loss recognition, No. 3, 2018.
- [39] Novotny-Farkas, Z. (2015). ‘The Significance of IFRS 9 for Financial Stability and Supervisory Rules’, European Parliament, Directorate General for Internal Policies Policy Department A: Economic and Scientific Policy, Brussels, European Union, 2015, Study for the ECON Committee.
- [40] Official Journal of the European Union, L 323, Commission Regulation (EU) 2016/2067 of 22 November 2016 amending Regulation (EC) No 1126/2008 adopting certain international accounting standards in accordance with Regulation (EC) No 1606/2002 of the European Parliament and of the Council as regards International Financial Reporting Standard 9.
- [41] Oreshkova, H. (2014). “Current Fundamental Issues of Corporate Financial Reporting: Past Lessons in Favor of the Future”, Proceedings of the Global Business Conference 2014 ‘Questioning the Widely-held Dogmas’, Dubrovnik, Zagreb Innovation Institute, pp. 277-290.
- [42] Peek, J. and E. Rosengren (1995): “The capital crunch: neither a borrower nor a lender be”, *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 27, pp 625 – 638.
- [43] Quinn, K., Curtiss, F., Landell-Mills, N., Richards, I., Tracey, E., Collinge, R., and Talbut, R., (2015): “Restore prudence as overriding principle”, *The Financial Times*, February 15, 2015.
- [44] Quire, C. D. (1965). Book review of Eugen Schmalenbach: Dynamic accounting, *The Accounting Review*, 40 (April), pp. 511-513.
- [45] Regulation (EU) 2017/2401 of the European Parliament and of the Council of 12 December 2017 amending Regulation (EU) No 575/2013 on prudential requirements for credit institutions and investment firms.
- [46] Restoy, F. & Zamil, R. (2017). Prudential policy considerations under expected loss provisioning: lessons from Asia, Financial Stability Institute (FSI) Insights on policy implementation No 5, Bank for International Settlements (BIS), October, pp.1-32.
- [47] Richard, J. (2005), “L’Union Européenne mise aux normes Américaines: Une comptabilité sur mesure pour les actionnaires”, *Le Monde Diplomatique*, French Edition, N°620, November, pp. 28-29.
- [48] Richard, J. (2005). “L’Union Européenne mise aux normes Américaines: Une comptabilité sur mesure pour les actionnaires”, *Le Monde diplomatique*, Bulgares édition, no. 1, pp. 24-25.
- [49] Richard, J. (2009). “Finance moderne: un danger public (modern finance: a public menace; the dangerous character of modern finance textbooks)” CREFIGE: University of Paris Dauphine, Groupe de Formation et de Recherche en Comptabilité, Contrôle, Audit, Reporting, available on-line at www.crefige.dauphine.fr [8-9 June 2016]
- [50] Richard, J. (2010). “The IFRS are both obsolete and dangerous”, CREFIGE: IFRS... Jacques Richard, University of Paris Dauphine, available on-line at www.crefige.dauphine.fr [8-9 June 2016]
- [51] Shroff, Pervin K., Venkataraman, R., & Zhang, S. (2004). The Conservatism Principle and the Asymmetric Timeliness of Earnings: An Event-Based Approach. University of Minnesota Working Paper, 1-50.
- [52] Stefano, N. (2017). Norges Bank Economic Commentary, no. 8, 2017, IFRS 9, Implementation, pp. 1-10, p. 3.
- [53] Stefano, N., (2017). Norges Bank Economic Commentary, no. 8, 2017, IFRS 9, Implementation. N. Stefano thanks Henrik Andersen, Arild Lund, Kjell Bjørn Nordal, Elise Vik Sætre, Ylva Søvik and Sindre Weme for comments.
- [54] Sterling, R. R. (1967). Conservatism: the fundamental principle of valuation in traditional accounting, *Abacus*, 3(2), pp. 109–132.
- [55] Sunder, S. (2016). Rethinking Financial Reporting: Standards, Norms and Institutions, *Foundations and Trends in Accounting*, Vol. 11, No 1-2 (2016), pp. 1-122.
- [56] Vítor Constâncio: Resolving Europe's NPL burden – challenges and benefits: Keynote speech by Mr. Vítor Constâncio, Vice-President of the European Central Bank, at an event “Tackling Europe’s non-performing

- loans crisis: restructuring debt, reviving growth”, organised by Bruegel, Brussels, February, 2017, pp.1-13, BIS central bankers' speeches.
- [57] Walter, J. R., (1991): “Loan Loss Reserves, *Economic Review*”, July/August, pp.20-30.
- [58] ZAO Deloitte & Touche CIS (2016). “IFRS 9: Financial Instruments – high level summary”, April, pp.1-18.
- [59] Zoltán Novotny-Farkas (2015). “The Significance of IFRS 9 for Financial Stability and Supervisory Rules”, pp.1-54, European Parliament, Brussels: European Union, 2015.

KNOWLEDGE ABOUT FINANCIAL STABILITY IN THE CONTEXT OF THE ENTERPRISE'S FINANCIAL EQUILIBRIUM

Rositsa Ivanova

UNWE – Sofia, Republic of Bulgaria Rosi_Ivanova@abv.bg

Abstract: The issue of enterprise's financial stability remains topical at all phases and stages of its development. Attaining and maintaining financial stability is a prerequisite for the establishment of enterprise's financial equilibrium and for successful development of its business under the conditions of market competition both in operational and in strategic aspect.

Financial stability reflects important and crucial economic links that objectively exist and are manifested in the course of operation of any enterprise. These links are described by means of the respective parameters that vary continuously under the effect of the economic operations and the economic processes performed by the enterprise. Therefore, the financial stability of the enterprise may be analyzed and assessed based on its financial statement data.

Knowledge about the financial stability of the enterprise is useful both for the internal and external users of the information in the enterprise's financial statements. This knowledge is of specific importance for the financial management, and for the management of any enterprise in general, in order to make proper and justified decisions for the structure of equity, for financing the acquisition of the resources necessary for the normal course of the operations, for the generation of positive cash flows and their allocation in time, for attaining positive financial performance for as many subsequent reporting periods as possible, for establishment of positive image of the enterprise on the competitive market. This knowledge is also useful for the external users of information in the financial statements with view of the performance of business relations with the enterprise.

The objective of this publication is to clarify the nature of the financial stability of an enterprise and on this base to establish a system of indicators for its analysis and assessment.

In order to attain this objective, the publication highlights specific tasks to be solved.

It underlines that the financial stability is an important economic category by stating a number of objective facts to this effect. Financial stability is defined as an element of the system for financial equilibrium or disequilibrium of an enterprise, respectively. The system of absolute and relative indicators for analysis and assessment of the level of financial stability of the enterprise is determined. Based on these indicators we establish the respective conditions that give objective possibility for analysis and assessment by defining the different levels of financial stability. We propose a complex methodology for analysis and assessment of the financial stability or instability of the enterprise, respectively.

This publication makes a review of the specialized references tackling the issue of financial stability of the enterprise. Based on them the author makes her opinion about the nature of the financial stability and about the analysis methodology represented by the positions of the systematic and complex approaches.

Keywords: financial stability, knowledge, analysis, methodology.

ЗНАНИЯТА ЗА ФИНАНСОВАТА УСТОЙЧИВОСТ В КОНТЕКСТА НА ФИНАНСОВОТО РАВНОВЕСИЕ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

Росица Иванова

УНСС - София, Република България Rosi_Ivanova@abv.bg

Резюме: Въпросът за финансовата устойчивост на предприятието е актуален на всички фази и етапи от неговото развитие. Постигането и поддържането на финансова устойчивост е предпоставка за формиране на финансово равновесие на предприятието и за успешно развитие на неговия бизнес в условията на пазарна конкуренция както в оперативен, така и в стратегически аспект.

Финансовата устойчивост отразява важни и определящи икономически връзки, които съществуват обективно и които се проявяват по време на дейността на всяко предприятие. Тези връзки се описват чрез

съответни параметри, които се изменят непрекъснато под влияние на извършените от предприятието стопански операции и стопански процеси. Връзките и описващите ги параметри намират обективно отражение във финансовите отчети на предприятието. Следователно финансовата устойчивост на предприятието може да се анализира и оценява по данни от неговите финансови отчети.

Знанията за финансовата устойчивост на предприятието са полезни както за вътрешните, така и за външните потребители на информация във финансовите отчети на предприятието. Тези знания са с особена важност за финансовия мениджмънт и изобщо за мениджънта на всяко предприятие за вземане на правилни и обосновани решения за структурирането на капитала, за финансиране придобиването на ресурсите, необходими за нормалното осъществяване на дейността, за генерирането на положителни парични потоци и тяхното разполагане във времето, за постигането на положителни финансови резултати за повече последователни отчетни периоди, за формирането на положителен имидж на предприятието на конкурентния пазар. Тези знания са полезни и за външните потребители на информация във финансовите отчети във връзка с осъществяването на бизнес отношения с предприятието.

Поставената цел в настоящата статия е изясняване на същността на финансовата устойчивост на отделното предприятие и на тази основа формиране на система от показатели за нейния анализ и оценка.

За постигането на тази цел в статията се поставят конкретни задачи за решаване.

Подчертава се, че финансовата устойчивост е важна икономическа категория, като се посочват редица обективни обстоятелства за това. Финансовата устойчивост се дефинира като елемент на системата за финансово равновесие, респ. неравновесие на отделното предприятие. Обосновава се системата от абсолютни и относителни показатели за анализ и оценка на степента на финансова устойчивост на предприятието. На основата на тези показатели се формират съответни условия, даващи обективна възможност за анализ и оценка, като се дефинират различните степени на финансова устойчивост. Предлага се комплексна методика за анализ и оценка на финансовата устойчивост, респ. неустойчивост на предприятието.

В статията се извършва преглед на специализираната литература по въпроса за финансовата устойчивост на предприятието. На тази основа се формира становището на автора за същността на финансовата устойчивост и за методиката за анализ, която се представя от позициите на системния и комплексния подходи.

Ключови думи: финансова устойчивост, знания, анализ, методология

I. ВЪВЕДЕНИЕ

Финансовата устойчивост (неустойчивост), е елемент на финансовото състояние на всяко предприятие. Тя по същество е самостоятелна икономическа категория, тъй като: а) отразява важни и съществени връзки на икономическата действителност, проявяващи се по време на дейността на предприятията както в статика под формата на различни съотношения между активите, собствения капитал и пасивите, така и в динамика като изменение на стойностите на съотношенията в края спрямо началото на отчетния период, като тези връзки намират обективно отражение във финансовите им отчети; б) съотношенията между активите, собствения капитал и пасивите са обективен израз на логическите връзки между отделните стопански средства, разглеждани като конкретни форми на проявление и функционална роля във възпроизводствения процес (като активи), и като източници за придобиването им, т.е. като собствен капитал и пасиви (привлечен капитал); в) самата финансова устойчивост като категория, нейните същностни характеристики, обхват, съдържание и вътрешноприсъщи ѝ връзки и зависимости, се формира исторически с развитието на познанието и на практическата дейност на хората; г) движението и развитието се осъществяват от външните признаци на проявление на финансовата устойчивост, респ. неустойчивост на предприятията, към техните вътрешно присъщи и определящи съотношения, които я дефинират и които подлежат на анализиране, оценяване и управление; д) финансовата устойчивост има всеобщ характер и намира проявление във всички предприятия от стопанската и финансова практика изобщо.

II. СЪЩНОСТ НА ФИНАНСОВАТА УСТОЙЧИВОСТ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

Най-общо, устойчивост (или стабилност) е свойство на една система да запазва основните си характеристики при относително малка промяна на конкретен параметър.[1] Устойчив означава стоящ здраво и стабилно, който задържа и не се поддава на влияние, а от икономическа гледна точка устойчивост

това е стабилност, неподложена на риск от загуби, т.е. „финансова стабилност” и „финансова устойчивост” са синонимни понятия. [13]

В специализираната литература са известни различни гледни точки при изясняване на същността на финансовата устойчивост, които произтичат от различните позиции на авторите по следните въпроси:

1. Финансовата устойчивост е елемент на финансовото състояние на предприятието (Л.Тодоров, Р.Иванова, М.Гълъбов и др.) или го характеризира самостоятелно.

2. Финансовата устойчивост се идентифицира с потенциала за платежоспособност и кредитоспособност, осигурени и поддържани от финансовите ресурси, като тя показва способността на предприятието да изпълнява своите операции посредством съпоставянето на дълга със собствения капитал, както и на активите с финансовите резултати (Т.Теплова, М.Абрютина, А.Грачев, В.Бочаров, М.Федотова, Радионова и др.).

3. Финансовата устойчивост е интегриран израз на финансови и нефинансови ресурси в общата структура на ресурсите, както и на техните източници. Тя се изразява в постигането на благоприятни нива на показателите за платежоспособност и кредитоспособност (Л.Гиляровская, Н.Селезнева, А.Йонов и др.).

4. Финансовата устойчивост се свързва с пазарната позиция на предприятието и неговия конкурентен потенциал за поддържането ѝ (М.Портър).

5. Финансовата устойчивост е подход за изследване на финансовия риск, структурирането на капитала и инвестиционната дейност чрез размит модел (Г.Киров, Ю.Велков, Б.Трендафилова).

По мнение на Л.Тодоров „степената на финансова устойчивост показва до каква степен предприятието е изложено на финансов риск”[17], определен “като вероятност от изпадане в неплатежоспособност и евентуален фалит, поради наличието на дългове, които не могат да бъдат погасени към даден момент и в обозримо бъдеще.”[17]

Според В.Касърова финансовата устойчивост е “икономическа категория, характеризираща система от икономически отношения, при които предприятието е способно да функционира в условията на риск и променяща се бизнес среда, осигурявайки платежоспособност, балансираност на финансовите потоци, независимост от привлечения капитал и реализиране на финансови резултати, чийто обем е достатъчен за саморазвитие и удовлетворяване на интересите на всички заинтересовани страни. Външно проявление на финансовото състояние е платежоспособността, а вътрешно - финансовата устойчивост, отразяваща балансирането на паричните и стоковите потоци, на приходите и разходите, активите и пасивите, средствата и източниците за формирането им.”[10]

М.Абрютина и А.Грачев са на мнение, че финансовата устойчивост на предприятието по същество е надеждно гарантирана платежоспособност, независимо от случайностите на пазарната конюнктура и поведението на партньорите.[2]

По мнение на С.Галицкая “способността своевременно и в пълен размер предприятието да погасява своите задължения е външното проявление на финансовата устойчивост”. [5]

Според Т.Теплова финансовата устойчивост е състояние на финансовите ресурси, което осигурява нарастване на деловата активност на предприятието при съхраняване на платежоспособността му в условията на допустимо равнище на риска,[16] а според М.Федотова и В.Радионова тя е състояние на финансовите ресурси на предприятието, тяхното разпределение и използване, което осигурява неговото развитие на основата на нарастване на печалбата и капитала при съхраняване на платежоспособността и кредитоспособността в условията на допустимо равнище на риска.[19]

В.Бочаров счита, че финансовата устойчивост е състояние на паричните средства, осигуряващи развитие на предприятието за сметка на неговите собствени ресурси.[3]

Според Л.Гиляровская финансовата устойчивост е по-многогранна от платежоспособността и кредитоспособността, тъй като включва в себе си оценка на различни страни от стопанската дейност”, [6] а Н.Селезнева и А.Йонов, считат, че финансовата устойчивост е състояние на структурата на активите (респ. на пасивите) на предприятието, която му гарантира постоянна платежоспособност.[15] Г.Савицкая счита, че финансовата устойчивост изразява способността на предприятието да функционира, да се развива, съхранявайки равновесието на своите активи и пасиви (бел.а. – капитал) в променливата външна и вътрешна среда, което му гарантира постоянна платежоспособност и инвестиционна привлекателност в границите на допустимия риск. [14]

По мнение на А.Нийли ”най-важният измерител на финансовата стабилност на една компания са парите... като централен въпрос за дългосрочното развитие и добрата финансова стабилност е разпределението на капитала.”[22]

Различните автори свързват финансовата устойчивост на предприятието, например: със структурата на капитала [4, 9]; с пазарната устойчивост (устойчивостта на конкурентното предимство) [12]; с методиката за “анализ на източниците на средства и на активите на предприятието (съобразно ликвидността им)”[11]; със задачите за анализиране и оценяване както на осигуреността на предприятието със собствен капитал, така също на наличността и достатъчността на източниците за формиране на резервния капитал;[20] със съотношението между дълга и собствения капитал, изразяващо финансовата мощ на предприятието, като цената на дълга следва да е по-малка от цената на собствения капитал;[18] със стабилността на дейността на предприятието и един от факторите, които служат като застраховка срещу евентуален фалит;[8] с устойчивия темп на развитие, представен като вътрешен темп на растеж, постигнат без външно финансиране, показващ потенциалната граница, до която ресурсите се използват пълно и ефективно, с което се постигат и конкурентните предимства [21] и др.

В някои от определенията се наблюдава едно изкривяване на същността и обхвата на финансовата устойчивост, като тя се идентифицира с отделни нейни страни, например степента на финансов риск, структурата на капитала, ликвидността, платежоспособността, задлъжнялостта на предприятието, методиката за анализ, задачите на анализа и др.

Според нас, финансовата устойчивост е комплексна икономическа категория, знанията за която са с важно значение за постигането на стабилно финансово състояние и финансово равновесие на предприятието. Анализът на различните възгледи за същността на финансовата устойчивост позволява да се направят следните изводи:

1. Финансовата устойчивост е компонент на общата (икономическа) стабилност на предприятията и заедно с това тя е необходимо условие за развитието им в оперативен и стратегически аспект.
2. Финансовата нестабилност на предприятията е предпоставка за възникване на криза.
3. Различията между възгледите на отделните автори по същество се свеждат до съдържателната страна на финансовата устойчивост в качеството ѝ на икономическа категория.

Според нас, финансовата устойчивост на предприятието е икономическа категория, чиято същност се състои в осигуряване на равновесие между неговите вътрешно присъщи характеристики, в резултат на което то е способно да функционира в условия на различни видове риск и динамична външна среда, като възстановява тези свои характеристики след външна намеса. Вътрешно присъщите характеристики са: постигане на положителни финансови резултати за повече последователни отчетни периоди; генериране на положителни нетни парични потоци; осигуряване на платежоспособност и добра степен на ликвидност; оптимизиране на капиталовата структура; постигане на независимост от привлечени капиталови източници; постигане на добра възвръщаемост на капитала на собствениците; удовлетворяване на интересите на всички страни, които са заинтересовани от бизнеса на предприятието.

III. ПОКАЗАТЕЛИ ЗА АНАЛИЗ. УСЛОВИЯ ЗА ФИНАНСОВА УСТОЙЧИВОСТ НА ПРЕДПРИЯТИЕТО

Показателите за анализ и оценка на финансовата устойчивост на предприятието могат да се групират на абсолютни и относителни.

Условията за финансова устойчивост на предприятието, базирани върху системата от абсолютни показатели за анализ и оценка, са следните:

1. Собственият капитал (E) на предприятието трябва да е положителна величина.
2. Размерът на собствения капитал (E) трябва да е по-голям от този на привлечения капитал (L). Действителното придържане към това условие се свързва с действието на пазарни и вътрешнофирмени фактори, влияещи перманентно върху съотношението в случаите при финансирането на бизнеса с привлечен капитал.[25]
3. Размерът на собствения капитал (E) трябва да е по-голям от този на дълготрайните активи (FA).
4. Размерът на постоянния капитал (FC) трябва да е по-голям от дълготрайните активи (FA).

5. Размерът на нетния оборотен капитал (NWC) трябва да е положителна величина, т.е. предприятието следва да разполага с нетен оборотен капитал.

6. Сумата от нетния оборотен капитал (NWC) и краткосрочните банкови и търговски заеми (L^{st}) трябва да е по-голяма от размера на материалните запаси (I).

7. Размерът на нетния оборотен капитал (NWC) трябва да е по-голям от този на материалните запаси (I).

По наше мнение, оценката за степента на финансова устойчивост на предприятието следва да се базира на комплексното изпълнение (респ. неизпълнение) на ключовите условия при отчитане на обективно съществуващите взаимовръзки помежду им. В зависимост от изпълнението (ДА), респ. неизпълнението (НЕ) на ключовите условия могат да се определят различни степени на финансова устойчивост (респ. нарушаване на финансовата устойчивост) на предприятието (вж. таблица 1).

Условията за финансова устойчивост на предприятието, базирани върху системата от относителни показатели за анализ и оценка, са следните:

1. Коефициентът на автономност (независимост) - K^a (отношение на собствения капитал към целия капитал) следва да е по-голям от 0,50 лв., което означава, че предприятието е способно да покрива размера на привлечения капитал със собствени средства.

2. Коефициентът на финансова зависимост - K^{fd} (отношение на привлечения капитал към целия капитал) следва да е по-малък или равен на 0,50 лв., което означава, че на един лев от целия капитал съответстват 0,50 лв. или по-малко привлечен капитал.

3. Коефициентът на финансова автономност - K^{fa} (отношение между собствения и привлечения капитал) следва да е по-голям от единица, което означава, че предприятието е способно със собствените си средства да покрива привлечения от него капитал за финансиране на своята дейност.

4. Коефициентът на задлъжнялост - K^d (отношение на привлечения към собствения капитал) следва да е равен или по-малък от единица.

5. Коефициентът на постоянния капитал - K^{fc} (отношение на постоянния капитал към целия инвестиран капитал) следва да е по-голям или равен на 0,80 лв.

6. Коефициентът на финансиране на дълготрайните активи - K^{fa} (отношение на постоянния капитал към дълготрайните активи) следва да е по-голям от единица, което означава, че предприятието разполага с нетен оборотен капитал.

7. Коефициентът на финансиране на краткотрайните активи - K^{ca} (отношение на нетния оборотен капитал към краткотрайните активи) следва да бъде положителна величина.

8. Коефициентът на финансово напрежение - K^{fs} (отношение на краткосрочните към дългосрочните задължения) следва да е по-малък от 0,50 лв.

9. Коефициентът на задлъжнялост на база нетен дългов капитал - K^{nd} (отношение на нетния дългов капитал към целия капитал) следва да е по-малък от 0,40 лв.

10. Коефициентът на абсолютна ликвидност - K^{al} (отношение на паричните средства към краткосрочните задължения) следва да бъде в границите на 0,30 лв.

Посредством значенията на относителните показатели могат да се определят ключовите условия, характеризиращи степента на финансова устойчивост на предприятието (вж. таблица 2).

Таблица 1. Степени на финансова устойчивост на база на системата от абсолютни показатели

Ключови условия за финансова устойчивост	Финансова устойчивост, степен					
	Много висока	Висока	Средна	Ниска	Състояние на неустойчивост (криза)	Вероятен фалит
1. $KeyC_{fs}^1 = E > 0$	ДА	ДА	ДА	ДА	ДА	НЕ
2. $KeyC_{fs}^2 = E - L > 0$	ДА	ДА	ДА	ДА	НЕ	НЕ

3.	$KeyC_{fs}^3 = E - FA > 0$	ДА	ДА	ДА	ДА	НЕ	НЕ
4.	$KeyC_{fs}^4 = FC - FA > 0$	ДА	ДА	ДА	НЕ	НЕ	НЕ
5.	$KeyC_{fs}^5 = NWC > 0$	ДА	ДА	НЕ	НЕ	НЕ	НЕ
6.	$KeyC_{fs}^6 = (NWC + L^{st}) - I > 0$	ДА	ДА	НЕ	НЕ	НЕ	НЕ
7.	$KeyC_{fs}^7 = NWC - I > 0$	ДА	НЕ	НЕ	НЕ	НЕ	НЕ

Таблица 2. Степени на финансова устойчивост на база на системата от относителни показатели

Ключови условия за финансова устойчивост	Финансова устойчивост, степен					
	Много висока	Висока	Средна	Ниска	Финансова неустойчивост (криза)	Вероятен фалит
1. $KeyC_{fs}^1 = K^a > 0,50$	ДА	ДА	ДА	ДА	ДА	НЕ
2. $KeyC_{fs}^2 = K^{fd} \leq 0,50$	ДА	ДА	ДА	ДА	НЕ	НЕ
3. $KeyC_{fs}^3 = K^{fa} > 1,00$	ДА	ДА	ДА	ДА	НЕ	НЕ
4. $KeyC_{fs}^4 = K^d \leq 1,00$	ДА	ДА	ДА	НЕ	НЕ	НЕ
5. $KeyC_{fs}^5 = K^{fc} \geq 0,80$	ДА	ДА	ДА	НЕ	НЕ	НЕ
6. $KeyC_{fs}^6 = K^{fa} > 1,00$	ДА	ДА	НЕ	НЕ	НЕ	НЕ
7. $KeyC_{fs}^7 = K^{ca} > 0$	ДА	НЕ	НЕ	НЕ	НЕ	НЕ
8. $KeyC_{fs}^8 = K^{fs} < 0,50$	ДА	ДА	НЕ	НЕ	НЕ	НЕ
9. $KeyC_{fs}^9 = K^{nd} < 0,40$	ДА	НЕ	НЕ	НЕ	НЕ	НЕ
10. $KeyC_{fs}^{10} = K^{al} = 0,30$	ДА	ДА	НЕ	НЕ	НЕ	НЕ

По наше виждане, общата оценка за степента на финансова устойчивост на всяко предприятие следва да се базира на системата от абсолютни и относителни показатели, както и на ключовите условия, надградени върху значенията на показателите в системата като цяло. По този начин може да се даде комплексна оценка за степента на финансова устойчивост на предприятието.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В системата от абсолютни и относителни показатели за анализ и оценка на финансовата устойчивост се включват различни показатели. Целта е постигане на обвързаност между рентабилността, ликвидността и финансовата устойчивост в един общ модел за анализ на финансовото равновесие на предприятието. Финансовата устойчивост е обективно отражение на принципа за действащо предприятие, като се приема, че предприятието е действащо и ще остане такова в предвидимо бъдеще без да е необходимо или без то да има

намерение или необходимост да ликвидира или значително да намали обема на своята дейност.[1] С важно значение е сравнителният анализ на стойностите на показателите за анализ и оценка на финансовата устойчивост на предприятията от един бранш, както по данни за минали отчетни периоди, така също за настоящия и за бъдещи периоди. Сравнителният анализ се основава на качествената характеристика на информацията във финансовите отчети „сравнимост“, респ. съпоставимост, както и на принципа за запазване на счетоводната политика от предходния отчетен период, като целта е оценяване на ефективността, финансовото състояние и на промените във финансовото състояние.[24]

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Закон за счетоводството, ДВ бр.95/08.12.2015, чл.26
- [2] Абрютин М., А.Грачев, “Анализ финансово-экономической деятельности предприятия”, учебное практическое пособие, 3-е изд., перераб. и доп. М., изд. “Дело и Сервиз”, 2001 г.
- [3] Бочаров В., “Финансовый анализ”, учебное пособие, СПб Питер, с.75, 2004
- [4] Ван Хорн Дж., “Основы управления финансами”, М., Финансы и статистика, 2003
- [5] Галицкая С., “Финансовый менеджмент. Финансовый анализ. Финансы предприятий”, М., изд. “Эксмо”, с.529, 2009
- [6] Гиляровская Л., А.Вихарева, “Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческого предприятия”, СПб Питер, с.9, 2003
- [7] Грачев А., “Финансовая устойчивость предприятия. Анализ. Оценка и управление”, М., “Дело и сервис”, с.117-136, 2004
- [8] Григорьева Т., “Финансовый анализ для менеджеров-оценка, прогноз”, М., Юрайт, 2012
- [9] Дамодаран А., “Инвестиционная оценка: инструменты и методы оценки любых активов”, М., Альпина Бизнес Букс, 2004
- [10] Касърова В., “Модел и показатели за анализ на финансовата устойчивост на компанията”, студия, http://eprints.nbu.bg/637/1/FU_1_FINAL.pdf, с.5
- [11] Ковалев В., “Финансов анализ: методи и процедури”, М., “Финанси и статистика”, 2001
- [12] Портер М., “Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость”, М., Альпина бизнес букс, 2005
- [13] Радева В., “Български търговен речник”, ИК “Хермес” С., с.753, 2004
- [14] Савицкая Г., “Анализ хозяйственной деятельности предприятия”, Минск, Перспектива, 1997
- [15] Селезнева Н., А.Ионов, “Финансовый анализ. Управление финансами”, М., ЮНИТИ, 2003
- [16] Теплова Т., Т.Григорьева, “Ситуационный финансовый анализ”, М., ИД ГУ ВЭШ, 2006
- [17] Тодоров Л., “Оценката на финансовата устойчивост – част от антикризисното управление на бизнеса”, <http://cfo.cio.bg/305>, 2012
- [18] Уолш К., “Ключови коефициенти в мениджмънта”, С., Инфодар, 2006
- [19] Федотова М., В.Радионова, “Финансовая устойчивость предприятия в условиях инфляции”, М., Перспектива, с.98, 1995
- [20] Шеремет А., Р.Сайфулин, Е.Негашев, “Методика финансового анализа”, М., ИНФРА, 2000
- [21] Moeinfar Z., Mousavi Z., International Journal of Business and Social Science, “Sustainable Growth Rate and Firm Performance: Evidence from iran stock exchange “
- [22] Neely A., “The Economist Books, Measuring business performance”, Copyright The Economist Newspaper Ltd.,1998
- [23] [bg.m.wikipedia.com:](http://bg.m.wikipedia.com)
<http://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B9%D1%87%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82>
- [24] <http://balans.bg/2262-zakon-za-schetovodstvoto-rezume/>, точка 6. Финансови отчети
- [25] Rajan, G. Raghuram, L. Zingales, “What Do We Know about Capital Structure? Some Evidence from International“, December 1995 <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6261.1995.tb05184.x/full>

ANALYSIS OF THE FACTORS THAT INFLUENCE STARTING THE ENTREPRENEURIAL VENTURE IN POST-TRANSITIONAL MONTENEGRO

Sandra Đurović

Faculty of Business Economics Bar, University of Adriatic Bar, Sandra.djurovic.fpe@gmail.com

Abstract: It is indisputable that many factors influence the start of the entrepreneurial venture. The personality of the entrepreneur, the characteristics and his/her behavior, knowledge and innovation are certainly crucial factors, but the social atmosphere and climate are also of great influence. Taking this into account in this paper, we give a theoretical discussion on entrepreneurial ventures in the context of post-transitional Montenegro. The focus of this paper is on the entrepreneurial ventures in the small and medium-sized enterprises sector, given that this segment is of great importance in the market conditions of business, both in central Europe as well as in the countries of Southeastern Europe, especially in post-transition countries such as Montenegro. In Montenegro, small and medium-sized enterprises are increasingly influencing the improvement of social life in general, therefore we analyze what factors can influence perceptions of entrepreneurs when deciding upon their businesses.

Unstable conditions that prevail in the wider environment make the establishing and running of a new company at risk and dangerous, which is a challenge for the entrepreneur himself and the need to deal with the risk of failure, making his or her every business decision more complex. This is the attitude of prominent authors who are studying issues related to entrepreneurship and corporate governance, such as Kotler, Porter, Mintzberg and others, analyzing the theoretical assumptions applied in the Montenegrin context. This is indicated by the fact that all segments of the near and wider environment are characterized by the exceptional complexity and dynamics of changing the conditions of business, which is caused, inter alia, by the process of globalization of all areas of social life, and especially economic spheres. The establishment of small and medium-sized enterprises is an extremely large, risky and responsible process, which imposes the need for a serious and studious approach to the launching and realization of entrepreneurial ventures. Especially since the capital invested in the starting of the company is most often borrowed from some bank loan or less often from family savings. The ultimate assumption of an entrepreneurial venture is the ability to create a vision of future business activity, which implies the ability to take on various types of risks, as well as extensive efforts and efforts to succeed the business venture. In the modern consumer society, the buyer/customer is the center of attention of the entrepreneurs.

In the paper we conclude that entrepreneurial activities, especially in post-transition societies, are largely conditioned by the perception of the risk of launching an entrepreneurial venture. Precisely the perception of the risk of the failure determines whether someone will make a decision to start and develop its own business at all, while the perception of risk lies in complex interactions with other analyzed factors.

Keywords: entrepreneurial venture, entrepreneurial decision making, risk perception, post-transitional Montenegro, theoretical analysis

ANALIZA FAKTORA KOJI UTIČU NA OTPOČINJANJE PREDUZETNIČKOG PODUHVATA U POST-TRANZICIONOJ CRNOJ GORI

Sandra Đurović

Fakultet za poslovnu ekonomiju Bar, Univerzitet Adriatik Bar, sandra.djurovic.fpe@gmail.com

Rezime: Nesporno je da na otpočinjanje preduzetničkog poduhvata utiču brojni faktori, sama ličnost preduzetnika, karakteristike i njegovo ponašanje, znanje i inovativnost su sigurno ključni faktori, ali veliki uticaj imaju i društvena atmosfera i klima. Uzevši sve to u obzir u ovom radu dajemo teorijsku diskusiju o preduzetničkim poduhvatima u kontekstu post-tranzicione Crne Gore. Fokus ovog rada je usmjeren na preduzetničke poduhvate u sektoru malih i srednjih preduzeća, s obzirom da je ovaj segment u tržišnim uslovima poslovanja od izuzetnog značaja, kako u cijeloj Evropi, tako i u zemljama Jugoistočne Evrope, a posebno u post-tranzicionim zemljama kao što je Crna Gora. U Crnoj Gori mala i srednja preduzeća sve značajnije utiču na unapređenje društvenog života u cjelosti stoga analiziramo koji faktori sve mogu uticati na percepciju preduzetnika prilikom odlučivanja o svojim biznisima.

Nestabilni uslovi koji vladaju u širem okruženju čine osnivanje i vođenje novog preduzeća rizičnim i opasnim, što predstavlja izazov za samog preduzetnika i potrebu da se izbori sa rizikom od neuspjeha, a njegovu ili njenu svaku poslovnu odluku čine kompleksnijom. Ovo je stav i uglednih autora koji proučavaju problematiku u vezi sa preduzetništvom i upravljanjem preduzećem, kao što su Kotler, Porter, Mintzberg i drugi, analizom čijih teorijskih pretpostavki, primijenjenim na crnogorskom kontekstu, se bavi i ovaj rad. Na to upućuju i činjenice da sve segmente bližeg i šireg okruženja karakteriše izuzetna složenost i dinamičnost promjena uslova privređivanja, što je uzrokovano, pored ostalog, procesom globalizacije svih oblasti društvenog života, a posebno ekonomske sfere. Osnivanje malog i srednjeg preduzeća predstavlja izuzetno krupan, rizičan i odgovoran proces, što nameće neophodnost ozbiljnog i studionog pristupa pokretanju i realizovanju preduzetničkog poduhvata. Posebno iz razloga što kapital uložen u osnivanje preduzeća najčešće biva pozajmljen iz neke vrste bankarskog kredita ili rjeđe iz porodične uštedevine. Krucijalna pretpostavka preduzetničkog poduhvata jeste sposobnost stvaranja vizije buduće poslovne aktivnosti, što podrazumijeva sposobnost za preuzimanje raznih vidova rizika, ali i opsežno zalaganje i trud kako bi poslovni poduhvat uspio. U modernom potrošačkom društvu kupac je u centru pažnje preduzetnika, jer u svakom preduzetničkom poduhvatu postoji veliki rizik da izostane kupac.

U radu zaključujemo, da *preduzetničke aktivnosti*, posebno u post-tranzicionim društvima, velikim dijelom bivaju uslovljene percepcijom rizika za pokretanje *preduzetničkog poduhvata*. Upravo *percepcija rizika* od neuspjeha kod ljudi bitno određuje da li će donijeti odluku o pokretanju i razvoju sopstvenog biznisa dok percepcija rizika stoji u složenim interakcijama sa ostalim analiziranim faktorima.

Ključne riječi: preduzetnički poduhvat, faktori odlučivanja preduzetnika, percepcija rizika, post-tranziciona Crna Gora, teorijska analiza

UVOD

U teorijskom i metodološkom pristupu izdvajaju se tri krucijalna polazišta, pri čemu dva pristupa polaze od gledišta na preduzetnika kao slobodnog tržišnog subjekta koji funkcionišu na osnovu svojih sopstvenih percepcija i motivisan ekonomskim ciljevima, a treće se sastoji od definisanja odnosa preduzetnika sa širom socijalnom okolinom.

TEORIJSKA ANALIZA

Naglašeno je da na otpočinjanje preduzetničkog poduhvata utiču brojni faktori, od kojih su osobine ličnosti preduzetnika, karakteristike i njegovo ponašanje, znanje i inovativnost sigurno presudni faktori. Ova zapažanja utemeljenje nalaze u prvom pristupu, odnosno personalnoj psihološkoj teoriji zasnovanoj na već pomenutim psihičkim osobinama relevantnim za preduzetničke aktivnosti. One se, između ostalog, ispoljavaju u vidu kreativnosti, intuitivnosti, harizmatičnosti, sklonosti rizikovanju i sposobnosti funkcionisanja uz neizvjesnost.

Na neoklasičnoj ekonomskoj teoriji utemeljen je drugi pristup koji proučava fenomen preduzetništva u funkciji racionalnog korišćenja resursa koji su na raspolaganju, a sa ciljem sticanja što veće dobiti. Ova teorija bila je dominantna je prošlom vijeku.

Značajan uticaj koji imaju društvena i socijalna atmosfera, poslovna klima, nestabilni uslovi koji vladaju u širem okruženju čine osnivanje i vođenje novog biznisa rizičnim i opasnim. To predstavlja izazov za samog preduzetnika i potrebu da se izbori sa rizikom od neuspjeha, a svaku poslovnu odluku čini izuzetno kompleksnom. Treći pristup izučavanju ovog fenomena objašnjava ulogu socijalne kulture u razvoju afiniteta prema preduzetničkoj aktivnosti. Ovim pristupom apostrofira se uticaj spoljnog okruženja preduzetničkog djelovanja kroz sociokulturne institucije u kojima je moguće racionalno korišćenje potencijala koji su raspoloživi.

O navedenom govori i autor koji se bavio ovom oblasti: „Slobodni preduzetnički sistem... karakterišu tri pravne komponente: pravo na svojinu; pravo na slobodno preduzetništvo; i pravo na profit¹⁸⁶.”

Izučavanje fenomena preduzetništva vezuje sa za njegovu tržišnu usmjerenost, što podrazumijeva usklađenost sa kapitalističkim načinom i uslovima poslovanja. Stoga je svaka preduzetnička aktivnost u uslovima post-tranzicionog poslovnog okruženja opterećena brojnim otežavajućim faktorima koji proizilaze iz takvog društvenog ambijenta. Ipak, važno je naglasiti da se ljudska preduzimljivost ne vezuje samo za moderno vrijeme, već se može povezati sa svim razvojnim epohama čovječanstva hiljadama godina unazad.

¹⁸⁶ Vidjeti detaljnije: Novaković, Vladimir, et al, *Mala privreda i preduzetništvo*, AGM knjiga, Beograd, 2011, str. 90.

Ipak, ono što čini specifičnim fenomen preduzetništva jeste preduzetnička aktivnost u kontekstu tržišnog načina izražavanja vrijednosti i funkcionisanje zasnovano na ekonomskim kriterijuma uspješnosti. Za ilustraciju, značajna je jedna od definicija preduzetništva, a glasi: „Preduzetništvo je ljudska kreativna i inovativna djelatnost preko koje se kombinuju različiti tipovi resursa da bi se u procesu proizvodnje proizveli potrebni proizvodi i usluge radi zadovoljnja ljudskih potreba”¹⁸⁷.

Svemu ovome važno je dodati i teorijski stav da se preduzetništvo može identifikovati i kao pokretački faktor tranzicionog procesa u bivšim socijalističkim zemljama, koje su neminovno prošle proces tranzicije, a neke se, na žalost, i zaglavile u post-tranzicionom dobu. Nije svako društvo sa jednakim uspjehom realizovalo napuštanje koncepta državnog centralističkog upravljanja privredom u cilju primjene tržišnih kriterijuma uspješnosti poslovanja preduzeća. Iz tog razloga se nameće zaključak da je percepcija rizika od neuspjeha različita u odnosu na okruženje.

U zapadnoevropskom ambijentu teorijskih učenja potekla je jedna od definicija preduzetništva koja preduzetničku aktivnost opisuje kao „sposobnost kreiranja i stvaranja vizije praktično ni iz čega, kao ljudski kreativni čin, kao primenu energije za iniciranje i izgradnju preduzeća ili organizacije”¹⁸⁸. Ona objašnjava značaj preduzetničke vizije kao izraza hrabrosti za preuzimanjem proračunatog rizika, kao i preduzimanje velikih ličnih napora.

Preduzetničke aktivnosti, naročito u post-tranzicionim društvima, značajnim dijelom uslovljene su percepcijom rizika za pokretanje preduzetničkog poduhvata. Stoga je značajno da se u post-tranzicionim ekonomijama stvori i njeguje podsticajni poslovni ambijent koji afirmiše i ohrabruje preduzetničke aktivnosti, i u značajnoj mjeri utiče na ohrabrivanje preduzetnika da uđu u preduzetnički poduhvat. To je od izuzetne važnosti kako za preduzetnika kao jedinku tako i za društvo u cjelini, kako sa aspekta ekonomskog razvoja tako i iz ugla socijalnog razvoja. U razvijenim društvima i razvijenim ekonomijama, socijalni razvoj srazmjerno prati ostale sfere društva. Međutim, u post-tranzicionim društvima kakva su društva većine zemalja nastale raspadom SFR Jugoslavije, među kojima je i Crna Gora, tranzicija je ostavila velike negativne socijalne posljedice. Prioritetni ekonomski ciljevi u određenim fazama tranzicionog perioda nisu u dovoljnoj mjeri uspijevali da prate socijalne potrebe, te je zemljama u post-tranzicionim društvima ostalo, u značajnoj mjeri, negativnih socijalnih posledica. Za post-tranziciono društvo kakvo je crnogorsko od izuzetnog je značaja uskladiti ekonomski rast i razvoj, a istovremeno njegovati socijalnu uključenost svih društvenih slojeva. Preduzetnička aktivnost je snažan mehanizam za ostvarivanje pomenutih društvenih ciljeva.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Preduzetničke aktivnosti, posebno u post-tranzicionim društvima, velikim dijelom bivaju uslovljene percepcijom rizika za pokretanje preduzetničkog poduhvata. Percepcija rizika od neuspjeha često značajno onemogućava da se iskoristi izuzetno veliki preduzetnički potencijal koji je razvojna šansa svakog društva, a posebno post-tranzicionih kakvo je i crnogorsko društvo. U značajnoj mjeri percepcija rizika od neuspjeha kod ljudi bitno određuje da li će donijeti odluku o pokretanju i razvoju sopstvenog biznisa dok percepcija rizika stoji u složenim interakcijama sa ostalim analiziranim faktorima.

LITERATURA

- [1] Druker, Piter, Inovacije i preduzetništvo, Privredni regled, Beograd, 1991.
- [2] Novaković, Vladimir, et al., Mala privreda i redusetništvo, AGM knjiga, Beograd, 2011.
- [3] Pokrajac, S. Preduzetništvo, Alf-graf, Novi Sad, 2008.
- [4] Timmons, J. A., *New Venture Creation, Entrepreneurship for The 21st Century*, Irvin, 2004.

¹⁸⁷ Vidjeti detaljnije: Pokrajac, S; Tomić, D, *Preduzetništvo*, Alfa-graf, Novi Sad, 2008, str. 50.

¹⁸⁸ Vidjeti detaljnije, Timmons, J. A, *New Venture Creation, Entrepreneurship for The 21st Century*, Irvin, 2004, str. 132.

**CAUSALITY BETWEEN PUBLIC REVENUES AND EXPENDITURES:
COMPARATIVE ANALYSIS OF MACEDONIA AND ALBANIA**

Liza Alili Sulejmani

International Balkan University, Skopje, Republic of Macedonia, liza.a.sulejmani@gmail.com

Alit Ibraimi

University of Tetovo, Tetovo, Republic of Macedonia, alitibraimi@gmail.com

Abstract: The main objective of this paper is to analyze causality between government revenues and expenditures of two countries, Macedonia and Albania to interpret their comparative Granger causality results. In addition, this empirical analysis is conducted through quarterly time series data for Macedonia and Albania for public revenues and expenditures, for time period 2004-2016. Moreover, empirical results of this study did not found a consensus regarding the causal link between public revenues and expenditures. Moreover, Granger causality was employed in order to analyze the causal relationship between public revenues and expenditures in these countries.

Further, our results suggest existence of unidirectional causality between public expenditures and revenues in both countries, suggesting the existence of tax – spend hypothesis, thus causality running from revenues to expenditures. In addition, this paper tries to add a solid contribution to the empirical debate of the causal link between public revenues and public expenditures by using data from western Balkan countries such as Albania and Macedonia, to be used as further recommendation regarding their future budget deficit planning policy.

Keywords: government revenues, government expenditures, Granger Causality.

INTRODUCTION

The existing debate regarding the causal link between public revenues and public expenditures as well as the significant impact of budget deficit for stimulating economic growth, it has become an issue analyzed from many scholars among years globally.

Causal relationship between public expenditures and revenues has shown to be an important public policy implication due to the fact that budget deficits and controls of size of government are emphasized as dependent on this relationship (Baghestani and McNown, 1994; Ross and Payne, 1998). Moreover, this relationship is vital for establishing appropriate fiscal policy crucial for appreciating the consequences of unsustainable fiscal deficits and as a result in addressing such imbalances (Eita and Mbazima, 2008).

Before analyzing causality among public revenues and expenditures in Macedonia and Albania we shall focus on the fiscal sustainability and the need for a fiscal deficit to be financed, i.e. on the concept of inter-temporal budget constraint, which requires that the current market value of debt be equal to the discounted sum of expected future primary surpluses.

Nowadays, fiscal sustainability is an approach widely debated due to redistributive nature of fiscal policies that can influence sustainable development, at economic, social, political and environmental level. Moreover, policy-makers in the transition economies face a combination of historic expenditure commitments, uncertainty about new revenue sources, and uncertainty about the economy in general. Under these circumstances, if fiscal policy is not "consistent and far-sighted", there is a substantial and continuing risk that budget deficits can mushroom out of control and become unsustainable.

Further, it is important to support the idea that governments to borrow to fund infrastructure, such as roads, schools and hospitals. This spreads the costs of these long-lived assets across the different generations expected to benefit from these assets. However, if a government needs to borrow to pay for day-to-day expenses - other than those associated with a short-term economic downturn or long-lived assets - it is living beyond its means and such example is the case of Republic of Macedonia and lately the role of the project "Skopje 2014". Thus, public debt is used to finance unproductive expenditures, which in a way won't have positive and significant effects on economic growth. Moreover, the achieved level of public debt has consumed fiscal space, not only in terms of debt volume but also in terms of generating low economic growth and inability to serve such debt. Indeed, the relevance of this problem will increase even more with the dynamics of increased fragility of social funds, with an emphasis on pensions.

On the other side, comparing to Albania, there is evidence for significant investments in infrastructure, thus financing productive expenditures that will cause a positive impact on its economic activity. Another approach is devoted to the (non) optimality of public revenues structure and at the same time to the economic and social impact. Incidence or fiscal burden and distribution of this burden in the economic sector is not optimal – the size has always been held accountable in fiscal effect (filling budget funds) and not on economic impact (growth). Moreover, partial and overall equilibrium sets the optimality of a fiscal system that is specific to each national economy.

Another important approach is the dilemma between the tax-spend hypothesis and fiscal illusion hypothesis. If current findings reveal the presence of tax-spend hypothesis and taking into consideration the above issues, it is discussible whether tax-spend or fiscal illusion hypothesis is supported in Macedonia and Albania.

Despite the significance of a proper understanding of relationship between public expenditure and revenue in formulating fiscal policy, there is scanty empirical study for comparing the case of Macedonia and Albania. Theory implies existence of three main hypotheses regarding the relationship of public revenues and expenditures: first theory that is argued by Friedman in 1978, is for “tax and spend” hypothesis. Based on this theory there is present unidirectional causality that runs from revenue to expenditure implying an increase in revenue will increase public expenditures. (Chang, 2009; Al-Zeaud; 2014). Second hypothesis is “spend and tax” hypothesis that suggests public expenditures to lead public revenues (Barro, 1990; Baghestani and McNown, 1994). The last but not the least hypothesis is “fiscal synchronization” suggested by Musgrave (1966) that is arguing that decisions regarding public revenues and public expenditures are determined jointly, thus there is bidirectional causality between them. Moreover, for obtaining appropriate financial policy, it is necessary to define and analyze the relationship between public revenues and expenditures.

LITERATURE REVIEW

Although plenty of empirical research is available on revenue and expenditure relationship yet there is no consensus about the causal link between these variables. Indeed, it is noted unidirectional causal evidences from revenue to expenditure and from expenditure to revenue available in the literature and on the other side there exist some studies that claim bidirectional link between these variables.

Al-Zeaud (2014) examines the causal relationship between government revenues and expenditures in Jordan for the period 1990 to 2011 using Granger causality and VECM tests methodology and he discovered that there is a stable long-run equilibrium relationship between government revenues and expenditures, although, they may be in disequilibrium in the short run. He also concluded that there exists bidirectional causality between public revenues and expenditure during this period.

Mehrara and Rezaei (2014) investigated the nexus between public revenues and public expenditures in IRAN by using annual data and Toda - Yamamoto Granger causality test for the period 1978-2011. Their conducted analysis found results consistent with the revenue-spend hypothesis thus unidirectional causality from public revenue to public expenditure. The relationship of public revenues and expenditures was also investigated by Rafaqet and Mahmood (2012) through using annual data for Pakistan for time period 1976 – 2009 and applying Granger Causality and Johansen co-integration methodology and concluded that there is no evidence for causal relationship of public revenues and expenditures in the short run in Pakistan. Moreover, Saeed and Somaye (2012) analyzed the long term and causality relationship between public revenues and expenditures in oil exporting countries for time period 2000-2009 through using P-VAR techniques and results showed positive and unidirectional nexus between oil revenues and public expenditures. In their study, Nyamongo et al. (2007) analyze public revenue and expenditure nexus in South Africa by using monthly data and unit root test and Vector Error Correction Model (VECM) and found that public revenue and expenditure are co-integrated where it is evidenced a long-run relationship between them. Moreover, through applying Granger causality, they founded a bidirectional Granger causality that supports fiscal synchronization hypothesis. On the other side, Tsen and Kian-Ping (2005) examined this nexus for Malaysia during period 1965 – 2002 and applied Augmented Dickey-Fuller and Phillips Perron Unit root tests, as well as Johansen co-integration and Error Correction Models was applied to their research. Finally results supported tax-spend hypothesis, thus public revenues Granger cause expenditures in Malaysia during analyzed period.

In their studies, Alesina and Perrotin (1995; 1996) suggested both the institutional and political factors for budget deficit and fiscal policy. Although economies of the OECD countries are relatively similar; they vary according to their institutions as electoral laws; party structures; budget; degree of centralization; political stability and social polarization. In this regard, governments of coalitions are unable to maintain a strong fiscal position due to conflicts

between members of the coalition. Moreover, appropriate fiscal consolidation it is need along a time period expressed by relative high growth without raising taxes but abbreviating transfer programs and government employee wages, implying crucial importance for politicians to stop thinking that everything on expenditure side of a budget is untouchable. In this regard, Bexheti (2010), suggested that in Republic of Macedonia the late reaction due to the political opportunity will harm political structures, evidenced also in 2009. Moreover, he states that economic cycles need cyclical “regulated fiscal balance” explicitly based on the fiscal possibilities of the country and mega unproductive investments (expenditures) to be avoided.

DATA AND METHODOLOGY / ANALYSIS

The main purpose of this section is to investigate the presence and direction of the causality between public expenditures and revenues in the case of Macedonia and Albania. Moreover, we emphasize the time period for this investigation to be 2004 – 2016, quarterly time series are utilized in this analysis. So far, existing empirical papers for finding the direction of the causality relationship between public revenues and expenditures have also use the Granger causality test applied to this empirical research as well. Indeed, for finding the relationship between public expenditures and revenues in Republic of Macedonia, we have adopted a two-step procedure for this analysis. The first step is regarding the evaluation of the existence of a unit root between variables public expenditures and revenues through Augmented Dickey Fuller and Philips-Perron test. On the other hand, the second step refers to the investigation of the causal relationship between public expenditures and revenues through Granger causality Wald test.

Firstly, regarding the quarterly data for Total Public Revenues (TR) and Total Public Expenditures (TE) in Macedonia and in Albania, summary descriptive statistics is available in the following table.

Table1: Descriptive statistics

Variables	Mean	Max	Min	Std. Dev.	Skewness	Kurtosis
TR-MK	26532.69	43762	12786	9593.719	-.1634575	1.517048
TE-MK	28404.06	49318	10476	11551.71	-.011455	1.604494
TR-AL	64927.14	101401	35263	20273.71	.01131	1.581739
TE-AL	76884.98	141549	38961	26602.3	.406078	2.251425

Source: author's calculations.

From the Table 1, we can see the mean, Max, Min, Standard Deviation, Skewness and Kurtosis regarding the public expenditures and revenues in Macedonia and Albania. The following section continues with the testing of unit root, thus the implementation of ADF and PP test.

2.1. Unit Root Test

In order to model the variable in a manner that captures the inherent characteristics of its time-series, we determine the lag structure level of the series through using the FPE, AIC, SBIC and HQIC criteria.

Moreover, lag with the smallest value is the order selected by that certain criterion. An ‘*’ indicates the optimal lag. Strictly speaking, FPE is not an information criterion that’s why we did not include in this discussion. The AIC measures the discrepancy between the given model and the true model, which, of course, we want to minimize. Amemiya (1985) provides an intuitive discussion of the arguments in Akaike (1973). The SBIC and the HQIC can be interpreted similarly to the AIC, though the SBIC and HQIC have a theoretical advantage over AIC and FPE. As Lutkepohl (2005) demonstrates, choosing p to minimize the SBIC or the HQIC provides consistent estimates of the true lag order.

Furthermore, the results of the lag level in our analysis for both countries are presented in the following table:

Table2. Determination of lag structure

	ALBANIA			MACEDONIA		
	AIC	HQIC	SBIC	AIC	HQIC	SBIC
lag						
0	44.26	44.28	44.32	40.30	40.33	40.37

		73	98	44	17	42
1	41.49 89	41.58 09	41.70 84	37.92 29	38.00 49*	38.13 24*
2	41.46 07	41.59 72	41.80 97	37.89 18	38.02 84	38.24 09
3	41.30 19	41.49 3	41.79 05	38.00 16	38.19 27	38.49 03
4	40.51 16*	40.75 74*	41.13 99*	37.76 14*	38.00 72	38.38 97

Source: authors calculations.

As can be seen from the Table 2, the lag optimal value for the case of Albania is set to be four; while in the case of Macedonia is preferred to be two lags.

The next step is to determine the degree of integration of both variables. The main objective of a Unit root test is to examine whether a series contains a unit root and since many macroeconomic series are non – stationary (Nelson & Plosser, 1982), then Unit Root test are expressed as very useful in determining the order of integration of the variables, by which they can provide the properties of time- series data. For implementing a rigorous examination for the presence of the Unit root in the series of public revenues and expenditures, we have adopted the Augmented Dickey Fuller (ADF) test and Phillips – Perron (PP) test.

The results of ADF and PP test are reported in the table 6 and 7 for the level as well as for the first difference of each of variable. The result shows that the null hypothesis that the series contain unit root cannot be rejected in both cases at zero order levels. But the hypothesis of a unit root is strongly rejected for the differenced series of both variables.

Given the consistency and ambiguity of the results from this testing approach, we conclude that the series under investigation are I (1). This reveals that both, public revenues and expenditures are non-stationary in its levels and stationary in first difference.

Table3. Results of Augmented Dickey Fuller test

SI. No.	Variable	Macedonia	Albania
Levels	TR	-0.482 [2] (-2.921)	-0.053 [4] (-3.438)
	TE	-0.775 [2] (-2.921)	-0.662 [4] (-2.923)
First difference	ΔTR	-6.237 [2] (-2.922)	-3.106 [4] (-2.924)
	ΔTE	-8.147 [2] (-2.922)	-4.689 [4] (-2.924)
<i>Notes:</i>			
‡ numbers in brackets represent lag length in ADF test.			
‡ Numbers in parentheses represent critical values at 5% level of significance.			

Source: Authors calculations.

Table 4. Phillips – Perron test results

SI. No.	Variable	Macedonia	Albania
Levels	TR	-0.729 [2] (-2.920)	-0.340 [4] (-2.920)
	TE	-1.186 [2] (-2.920)	-2.820 [4] (-2.920)

First difference	ΔTR	-11.859 [2] (-2.920)	-21.656 [4] (-2.920)
	ΔTE	-15.267 [2] (-2.920)	-26.909 [4] (-2.920)
<p><i>Notes:</i> \dagger numbers in brackets represent lag length in PP test. \ddagger Numbers in parentheses represent critical values at 5% level of significance.</p>			

Source: Author's calculations.

Considering such results from Augmented Dickey Fuller and Phillips-Perron test for Unit root, we suggest that public revenues and expenditures to be non-stationary in their level and stationary in their first difference, therefore the following section is dedicated to the examination of the co-integration order by using Johansen – Juselius test.

2.2. Granger Causality Test

The above analysis suggests that there exists a long-run relationship between government revenue and expenditure in both countries. But in order to determine which variable causes the other, Granger causality Wald test is used. The Granger causality test results are presented in the following table.

Table 6. Granger Causality Wald tests results.

[1]	HYPOTHESIS	[2]	chi2	[3]	Prob> chi2		
[4]	TR-MK	[5]	TE-MK	[6]	.62731	[7]	0.428
[8]	TE-MK	[9]	TR-MK	[10]	21.976	[11]	0.000
[12]	TR-AL	[13]	TE-AL	[14]	.00646	[15]	0.936
[16]	TE-AL	[17]	TR-AL	[18]	9.8947	[19]	0.002

Source: author's calculations.

As shown in table 6, TR-MK on TE-MK and TR_AL on TE-AL are statistically significant at the 5% level ($p < 0.05$), implying that there is causality running from public revenues to public expenditures and in Macedonia and in Albania in the short run. Moreover, these results imply that the null hypothesis TR does not granger cause TE can be rejected at the 5% significance level. On the other hand, since TE on TR is not statistically significant at 5% level and F statistics imply that the null hypothesis that TR does not granger cause TE can be rejected at the 5% significance level for both countries. Therefore, the study reveals unidirectional causation between public revenue and expenditure in Macedonia and Albania in the short run, which is running from public revenue to public expenditure.

Above findings lend support to the tax-spend hypothesis, implying that government of Macedonia and Albania need to reconsider the budget deficit policy applied recently.

3. CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

The paper investigated causal relationship between public expenditures and public revenues in the case of Macedonia and Albania, conducted through quarterly data for the time period from 2004 to 2016, by using Granger causality test. Data properties were analyzed to determine their stationary by using Augmented Dickey-Fuller (ADF) and Phillips Perron (PP) test for unit root, showing that both variables are non stationary at their level and stationary at first difference in both countries. Moreover, for modeling variables in a manner that conquest in severable characteristics of its time series, we use AIC, SIC and HQIC to properly define lag structure of the series, resulting the optimal lag order to be two for the case of Macedonia and four lags for Albania. The next step implemented the Granger Causality test, implying the existence of unidirectional causality running from public revenues to

expenditures in short run in both countries. Moreover, unidirectional causality is also seen during short run, thus findings are in line with tax-spend hypothesis. However, does tax-spend or fiscal illusion is present in these countries? In Republic of Macedonia, lately there have been present budget deficit with an increasing trend over the past years, after the change of progressive tax has been implied in 2007. However, since tax-spend hypothesis indicate that increasing revenues will increase public expenditures as well, which is used as argument for maintaining high fiscal deficit, in this case, tax-cut in Republic of Macedonia and the presence of high budget deficit and public debt are suggesting evidence for fiscal illusion hypothesis.

However, findings from the causality of public revenues and expenditures in the case of Macedonia and Albania would not fit the perfect picture unless we do not take into the consideration the level of their public debt. Indeed, this level in both countries has reached to a point where is left no fiscal space for an optimal boundary which can enable increasing or enhancing as well as a better utilization of national economy potential and ensuring the designated distribution. Thus, such recommendations suggest that every additional unit of optimal boundary will generate at least one additional unit of economic growth, which is not the case of our empirical analysis. As a result, it should be stated that any increase in public revenue and expenditure relationship in the existing structure, does not produce positive economic effects.

Moreover, the impact of political coalitions needed for surviving the governments, without doubt significantly affect the unproductive growth of public revenues/expenditures, referring also difficulties to explain the large differences of deficit levels among countries only through the usage of economic arguments. In addition, institutional and political factors are also crucial to understanding partially the budget deficit and fiscal policy in general. While the economies of the Balkan countries are relatively similar; their institutions as electoral laws; party structures; budget; degree of centralization; political stability and social polarization are quite different. Thus governments of coalitions tend to make unsuccessful adaptation efforts, being unable to maintain a strong fiscal position due to conflicts between members of the coalition. Moreover, appropriate fiscal consolidation it is need along a time period expressed by relative high growth without raising taxes but abbreviating transfer programs and government employee wages. Therefore, it is crucial for politicians and their advisers to must stop thinking that everything on expenditure side of a budget is untouchable.

Finally, this paper should be viewed as a starting point for reconsideration of the importance of the fiscal illusion hypothesis. This reconsideration comes at an important time. The current decade in Macedonia has been characterized by long appearance of budget deficits, tax cuts and high public debt, coming to a point of diminishing the fiscal space.

REFERENCES

- [1] AboAl-Foul, B. and Baghesani, H. (2004). The Causal Relation between Government Revenue and Spending: Evidence from Egypt and Jordan. *Journal of Political Economy*, 28 (2): 260-269.
- [2] Alesina, A., Perroti, R., (1996): Fiscal adjustments in OECD countries: composition and macroeconomic effects, NBER, Cambridge, no.5730.
- [3] Anderson, W., M.S. Wallace, J.T. Warner 1986. Government Driven growth and Taxation: What Causes What? *Southern Economic Journal*: 630-639.
- [4] Bexheti, A., (2007), Public Finances, Arberia Design, Tetovo.
- [5] Bexheti, A., (2010), 'Anti-Crisis Measures in the Republic of Macedonia and their Effects – Are they Sufficient?', working paper no.70, Bamberg Economic Research Group.
- [6] Chang, T. (2009). Revisiting the Government Revenue-Expenditure Nexus: Evidence from 15 OECD Countries based on the Panel Data Approach. *Czech Journal of Economics and Finance*, 59 (2): 165-172.
- [7] Chang, T. and Chiang, G. (2009). Revisiting the Government Revenue-expenditure Nexus: Evidence from 15 OECD Countries Based on the Panel Data Approach. *Czech Journal of Economics and Finance*, 59 (2):165-172.
- [8] Chang, T., Liu, W. R. and Caudill, S. B. (2002). Tax - and - Spend, Spend - and - Tax, or Fiscal Synchronization: New Evidence for Ten Countries. *Applied Economics*, 34 (12): 1553-1561
- [9] Eita, J. and Mbazima, D. (2008). The Causal Relationship between Government Revenue and Expenditure in Namibia', MPRA Paper, No. 9154.
- [10] Granger, C. W. J. (1969). Investigating Causal Relationship by Econometric Models and Cross Spectral Methods. *Econometrica*, 37 (3): 424-438.

- [11] Hasan, M. and Lincoln, I. (1997). Tax then Spend or Spend then Tax? Experience in the U.K., 1961-1993, *Applied Economics Letters*, 4 (4): 237-239
- [12] Johansen, S. and Juselius, K. (1992). Testing Structural Hypothesis in Multivariate Cointegration Analysis of PPP and UIP for KH. *Journal of Econometric*, 53 (1/3): 211-244.
- [13] Owoye, O. (1995). The Causal Relationship between Taxes and Expenditures in the G7 Countries: Cointegration and Error-Correction Models. *Applied Economics Letters*, 2:19-22
- [14] Petanlar, S. K. and Sadeghi, S. (2012). Relationship between Government Spending and Revenue: Evidence from Oil Exporting Countries. *International Journal of Economic and Management Engineering (IJEME)*, 2 (2):33-35.
- [15] Rafaqat, A. and Mahmood, Sh. (2012). The Causal Relationship between Government Expenditure and Revenue in Pakistan, *Interdisciplinary. Journal of Contemporary Research in Business*, 3 (12).

ANALYSES OF THE TRADE RELATIONS BETWEEN THE REPUBLIC OF MACEDONIA AND GREECE

Emilija Miteva-Kacarski

“Goce Delcev” University-Stip, Republic of Macedonia emilija.miteva@ugd.edu.mk

Kostadinka Panova

“Goce Delcev” University-Stip, Republic of Macedonia kostadinka.cabuleva@ugd.edu.mk

Vlatko Paceskoski

“Goce Delcev” University-Stip, Republic of Macedonia vlatko.paceskoski@ugd.edu.mk

Abstract: Greece is the third largest market for Macedonian products. Taking into account this fact, in this paper it has been made an analysis of the value, dynamics and structure of the foreign trade between the Republic of Macedonia and Greece for the time period of 2006-2015. It has been also analyzed the competitiveness of Macedonian products at the Greece market so that the product categories with a comparative advantage can be determined, using the Standard International Trade Classification and the Balassa Index. The results of the analysis point to the fact the Republic of Macedonia has a comparative advantage in the export of beverages and tobacco and crude materials, except fuels.

Keywords: The Republic of Macedonia, Greece, foreign trade, comparative advantage, Balassa Index.

АНАЛИЗА НА ТРГОВСКИТЕ РЕЛАЦИИ МЕЃУ РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА И ГРЦИЈА

Емилија Митева-Кацарски

Универзитет “Гоце Делчев” Штип, Република Македонија emilija.miteva@ugd.edu.mk

Костадинка Панова

Универзитет “Гоце Делчев” Штип, Република Македонија vlatko.paceskoski@ugd.edu.mk

Влатко Пачешкоски

Универзитет “Гоце Делчев” Штип, Република Македонија kostadinka.cabuleva@ugd.edu.mk

Резиме: Грција претставува трет најголем пазар за македонските производи. Имајќи го предвид тој факт, во овој труд е направена анализа на вредноста, динамиката и структурата на надворешнотрговската размена меѓу Република Македонија и Грција за временскиот период 2006-2015 година. Анализирани се и конкурентноста на македонските производи на грчкиот пазар заради утврдување на категориите на производи со компаративна предност преку користење на Балаша индексот и Стандардната меѓународна трговска класификација. Резултатите од анализата укажуваат на фактот дека Република Македонија поседува компаративна предност во извозот на категориите пијалаци и тутун, суровини кои не се храна, освен гориво како и во категоријата разни готови производи.

Клучни зборови: Република Македонија, Грција, надворешнотрговска размена, компаративна предност, Балаша индекс.

1. ВОВЕД

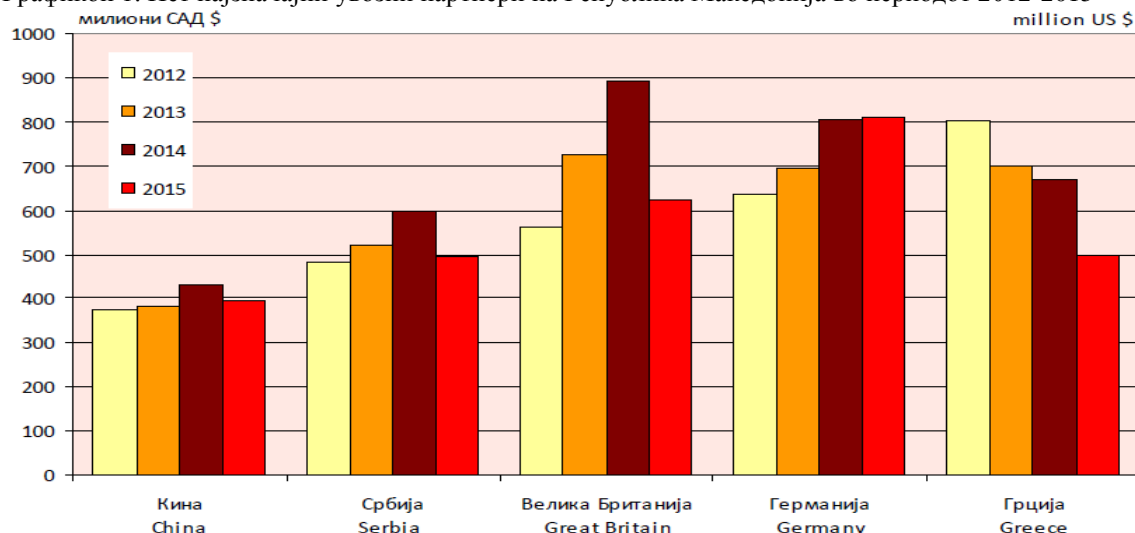
Грција претставува трет најголем трговски партнер на Република Македонија според обемот на трговска размена. Република Македонија бележи континуиран дефицит во трговската размена со Грција, односно земјата повеќе увезува отколку што извезува на грчкиот пазар. Од историска перспектива, трговските односи меѓу Република Македонија и Грција биле развиени уште пред колапсот на Југославија, дури и постоеле клириншки спогодби за реализација на трговијата меѓу двете земји. Во минатото над 70 проценти од вкупниот товар со кој се манипулирало на пристаништето во Солун биле за Македонија. Имено, кога Грција ги извезувала своите производи во Хрватска, Србија или Словенија производите најпрвин морало да дојдат во Македонија. Трговската размена меѓу земјите била интензивна се до 1994 година, кога Грција вовеле ембарго кон Македонија, што ја доведе трговијата меѓу двете земји до апсолутна нула. Сепак,

бизнисот е тој кој ја одржува билатералната соработка меѓу двете земји, дури и кога политичките процеси затајуваат.

2. ТРГОВСКАТА РАЗМЕНА МЕЃУ РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА И ГРЦИЈА

Согласно расположливите податоци од Државниот завод за статистика на Република Македонија, Грција се вбројува во групата на петте најзначајни увозни партнери на Република Македонија, за временскиот период 2012-2015 година, како што е прикажано на графиконот 1:

Графикон 1. Пет најзначајни увозни партнери на Република Македонија во периодот 2012-2015



Извор: State statistical office of the Republic of Macedonia, Commodity international exchange of the Republic of Macedonia [Online]. Available from: <http://www.stat.gov.mk/PublikaciiPoOblast.aspx?id=14&rbrObl=23>

Надворешно трговската размена меѓу Република Македонија и Грција е презентирана во табела 1:

Табела 1. Трговската размена меѓу Република Македонија и Грција (во илјади долари)

	2006	2007	2008	2009	2010
Извоз	361267	424655	536365	291649	246198
Увоз	306364	416244	511704	441856	448934
Вкупно	667631	840899	1048069	733505	695132
Суфицит/Дефицит	54903	8411	24661	-150207	-202736
Покриеност на увозот со извоз	117.92	50.50	104.81	66.00	54.84
	2011	2012	2013	2014	2015
Извоз	218014	188486	213675	227729	166449
Увоз	569750	804343	698524	667961	499669
Вкупно	787764	992829	912199	895690	666118
Суфицит/Дефицит	-351736	-615857	-484849	-440232	-333220
Покриеност на увозот со извоз	38.26	23.43	30.58	34.09	33.31

Извор: State statistical office of the Republic of Macedonia, Commodity international exchange of the Republic of Macedonia [Online]. Available from: <http://www.stat.gov.mk/PublikaciiPoOblast.aspx?id=14&rbrObl=23>

Анализирајќи ги презентираниите параметри во табела 1, се доаѓа до констатацијата дека најголем обем на трговска размена меѓу двете земји е реализиран во 2008 година. Меѓусебната трговска размена во 2008 година изнесува 1048 милиони американски долари. Анализата на надворешно трговската размена меѓу двете земји, укажува на трговски дефицит на македонска страна во анализираниот временски период, со

исклучок на периодот 2006-2008 година кога е реализиран трговски суфицит. Согласно Стандардната меѓународна трговска класификација –ревизија 4, извозот од Република Македонија во Грција во апсолутни износи, е прикажан во табела 2:

Табела 2. Извоз од Република Македонија во Грција (во илјади долари)

Производи	2006	2007	2008	2009	2010
Храна и живи животни	33830	27072	27574	25159	25108
Пијалаци и тутун	47925	48664	46013	36272	24859
Суровини (кои не се храна) освен гориво	28361	39478	53252	27298	32808
Минерални горива, мазива и сродни производи	14985	641	1715	1181	3567
Животински растителни масла, масти и восоци	36	0	0	0	0
Хемиски и сродни производи	1679	2832	4300	3055	3260
Производи класирани според материјалот	118803	169902	249899	73017	66122
Машини и транспортни уреди	11240	14349	16795	14572	10220
Разни готови производи	104375	121685	136759	111073	80212
Стоки и трансакции неklasирани на друго место во СМТК	33	32	58	22	42
Вкупно	361267	424655	536365	291649	246198
Производи	2011	2012	2013	2014	2015
Храна и живи животни	24166	19488	16861	15011	10378
Пијалаци и тутун	21824	21202	28547	46290	27994
Суровини (кои не се храна) освен гориво	38231	26194	26281	26118	20340
Минерални горива, мазива и сродни производи	2252	6006	1671	12083	4921
Животински растителни масла, масти и восоци	158	0	0	34	341
Хемиски и сродни производи	3635	2792	3986	4265	3398
Производи класирани според материјалот	53306	52293	68949	60684	47862
Машини и транспортни уреди	6881	4981	4853	5137	4667
Разни готови производи	67535	55521	62515	58096	46538
Стоки и трансакции неklasирани на друго место во СМТК	26	9	11	11	8
Вкупно	218014	188486	213675	227729	166449

Извор: State statistical office of the Republic of Macedonia, Commodity international exchange of the Republic of Macedonia [Online]. Available from: <http://www.stat.gov.mk/PublikaciiPoOblast.aspx?id=14&rbrObl=23>

Како што може да се види од табелата, доминантно учество во структурата на извозот од Република Македонија во Грција имаат категориите: пијалаци и тутун (што се должи на зголемениот извоз на тутун, неизжилен), производи класирани според материјалот (што се должи на зголемениот извоз на производи од железо и челик), како и разни готови производи (што се должи на зголемениот извоз на женски блузи и кошули). Увозот, пак во Република Македонија од Грција за периодот 2006-2015 година, расчленет по категории на производи во апсолутни износи, е прикажан во табела 3:

Табела 3. Увоз во Република Македонија од Грција (во илјади долари)

Производи	2006	2007	2008	2009	2010
Храна и живи животни	25985	38300	42082	36332	33901
Пијалаци и тутун	2603	2920	4413	3321	2416

Суровини (кои не се храна) освен гориво	11263	9976	8699	11023	5164
Минерални горива, мазива и сродни производи	40150	37747	58073	110708	171645
Животински растителни масла, масти и восоци	3399	3177	2222	1463	1906
Хемиски и сродни производи	33247	55163	62960	1463	41059
Производи класирани според материјалот	117247	184954	248593	161017	140685
Машини и транспортни уреди	28294	33114	31708	24042	22153
Разни готови производи	43987	50818	52887	38107	29611
Стоки и трансакции неklasирани на друго место во СМТК	189	75	67	192	394
Вкупно	306364	416244	511704	441856	246198
Производи	2011	2012	2013	2014	2015
Храна и живи животни	36051	35176	39279	36012	31227
Пијалаци и тутун	1046	1491	2116	1005	866
Суровини (кои не се храна) освен гориво	5676	4724	5236	4590	4179
Минерални горива, мазива и сродни производи	274229	552217	438098	412308	307162
Животински растителни масла, масти и восоци	2188	1560	1203	1366	1076
Хемиски и сродни производи	42956	38557	36992	37215	27020
Производи класирани според материјалот	161727	141325	147071	146012	104640
Машини и транспортни уреди	22030	13225	13818	14687	10660
Разни готови производи	23190	15757	14643	14076	12221
Стоки и трансакции неklasирани на друго место во СМТК	655	310	68	690	617
Вкупно	569750	804343	698524	667961	499669

Извор: State statistical office of the Republic of Macedonia, Commodity international exchange of the Republic of Macedonia [Online]. Available from: <http://www.stat.gov.mk/PublikaciiPoOblast.aspx?id=14&rbrObl=23>

Согласно податоците од Државниот завод за статистика презентирани во оваа табела, Република Македонија од Грција најмногу увезува нафта и нафтени масла добиени од битуменозни минерали (класифицирани во категоријата минерални горива, мазива и сродни производи) како и шипки и прачки од железо и нелегиран челик (класифицирани во категоријата производи класирани според материјалот).

3. КОМПАРАТИВНА ПРЕДНОСТ ВО ТРГОВСКАТА РАЗМЕНА МЕЃУ РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА И БУГАРИЈА

Заради утврдување на категориите на производи со компаративна предност во трговијата меѓу Република Македонија и Грција, примената е формулата на Balassa (1965)¹⁸⁹, при што Балаша индексот е пресметан како однос меѓу учеството на одреден производ во извозот на земјата во друга земја, со учеството на тој производ во вкупниот извоз на земјата, со користење на Стандардната меѓународна трговска класификација т.е.:

$$BI = \frac{x_{ij}^k / X_{ij}}{x^k / X_j}$$

¹⁸⁹ Balassa, B, *Trade liberalization and revealed comparative advantage*. The Manchester School of Economic and Social Studies, (1965).

каде:

x_{ij}^k - извоз од земјата i во земјата j на производот k

X_{ij} - вкупен извоз од земјата i во земјата j

x^k - вкупен извоз на производот k

X_i - вкупен извоз од земјата i .

Резултатите од пресметката со примена на Балаша индексот се прикажани во табела 4:

Табела 4. Компаративна предност во трговската размена меѓу Република Македонија и Грција

Производи	2006	2007	2008	2009	2010
Храна и живи животни	1.17	0.87	0.66	0.82	1.04
Пијалаци и тутун	1.65	1.86	1.56	1.71	1.67
Суровини (кои не се храна) освен гориво	1.67	1.85	1.46	1.46	1.72
Минерални горива, мазира и сродни производи	0.45	0.03	0.04	0.05	0.19
Животински растителни масла, масти и восоци	0.11	0	0	0	0
Хемиски и сродни производи	0.11	0.17	0.18	0.16	0.12
Производи класирани според материјалот	0.93	0.90	1.16	0.88	0.91
Машини и транспортни уреди	0.63	0.76	0.67	0.88	0.70
Разни готови производи	1.14	1.22	1.14	1.38	1.52
Производи	2011	2012	2013	2014	2015
Храна и живи животни	1.33	1.22	0.93	0.84	0.83
Пијалаци и тутун	1.99	1.90	2.13	4.52	4.74
Суровини (кои не се храна) освен гориво	2.72	2.11	1.90	2.12	2.56
Минерални горива, мазира и сродни производи	0.12	0.49	0.32	3.02	2.18
Животински растителни масла, масти и восоци	0.18	0	0	0.06	0.46
Хемиски и сродни производи	0.10	0.09	0.10	0.09	0.09
Производи класирани според материјалот	0.89	1.07	1.35	1.37	1.62
Машини и транспортни уреди	0.40	0.27	0.17	0.11	0.11
Разни готови производи	1.66	1.52	1.52	1.38	1.61

Извор: Пресметка на авторите.

Во периодот од 2006 до 2015 година, Република Македонија има континуирана компаративна предност во размената со Грција во категоријата пијалаци и тутун, што се должи на зголемениот извоз на тутун, неизжилен во Грција. Во анализираниот временски период, континуирана компаративна предност е регистрирана и кај категоријата суровини кои не се храна, освен гориво што се должи на извозот на метална руда и отпадоци од метал, семе од маслодајна репка како и други производи од крзно. Од периодот 2012-2015 година, компаративна предност е регистрирана и кај категоријата производи класирани според материјалот, која компаративна предност е потврдена преку зголемениот извоз на плоснато валани производи од железо и нелегиран челик. Компаративната предност во анализираниот временски период во континуитет е присутна и кај категоријата разни готови производи, што се потврдува преку зголемениот извоз на женски блузи и кошули од Република Македонија во Грција.

4. ЗАКЛУЧОК

Надворешно-трговската размена на Република Македонија со Грција е значајна од аспект на вкупната надворешно-трговска размена, посебно имајќи предвид дека Грција континуирано се наоѓа меѓу петте

најзначајни наши надворешно-трговски партнери. Емпириските анализи укажуваат на трговски дефицит на македонска страна во трговската размена со Грција. Во анализираниот временски период (2006-2015), Република Македонија има изразена компаративна предност во трговската размена со Грција во неколку категории и тоа: пијалаци и тутун, суровини кои не се храна, освен гориво и разни готови производи. Пресметаната компаративна предност се потврдува преку зголемениот извоз на тутун, неизжилен , плоснато валани производи од железо и нелегиран челик, женски блузи и кошули, метална руда и отпадоци од метал, семе од маслодајна репка како и други производи од крзно. Во насока на зголемување на трговската размена меѓу двете земји неопходно е да се интензивираат деловните односи, да се обезбеди заеднички настап на трети пазари како и заедничко реализирање на проекти од ЕУ фондовите.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] B. Bella, Trade liberalization and revealed comparative advantage, The Manchester School of Economic and Social Studies, vol.33, pp. 99-123, 1965.
- [2] B. Harry, On the theoretical interpretation of indices of trade intensity and revealed comparative advantage, Review of World Economics, vol.119, pp. 464-472, 1983.
- [3] R. H Ballance., H. Forstner, & T. Murray, Consistency tests of alternative measures of comparative advantage. Review of Economics & Statistics, vol.69, pp.157-161, 1987.
- [4] State statistical office of the Republic of Macedonia, Commodity international exchange of the Republic of Macedonia [Online]. Available from: <http://www.stat.gov.mk/PublikaciiPoOblast.aspx?id=14&rbrObl=23>

THE NEW MODEL OF LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE MUNICIPALITY OF TETOVO, A COMPARATIVE ANALYSIS BETWEEN TETOVO AND MARIBOR SLOVENIA

Jeton Mazllami

SEEU-Tetovo, Republic of Macedonia, j.mazllami@seeu.edu.mk

Izet Zeqiri

SEEU-Tetovo, Republic of Macedonia, i.zeqiri@seeu.edu.mk

Brikend Aziri

University of Tetova, Republic of Macedonia, brikend.aziri@unite.edu.mk

Abstract: Local economic development is a pillar of the economic development of a country. Implementing an appropriate model of local economic development is indispensable for modern societies. Planning of LED; identifying developmental and structural priority objectives; running an appropriate local economic policy; support the development of SME's and entrepreneurial ideas, development of the local network of institutions and agencies and the promotion of public private partnership are key activities for overall economic development.

The comparative analysis between the municipalities of Tetovo and Maribor Slovenia will contribute to finding new development points and routes that I will try to incorporate into a modern LED model compatible for the municipality of Tetovo.

Keywords: LED, economic policy, SME's, PPP.

НОВ МОДЕЛ НА ЛОКАЛЕН ЕКОНОМСКИ РАЗВОЈ НА ОПШТИНА ТЕТОВО, ЕДНА КОМПАРАТИВНА АНАЛИЗА МЕЃУ ТЕТОВО И МАРИБОР СЛОВЕНИЈА

Јетон Мазлами

ЛИЕУ – Тетово, Република Македонија, j.mazllami@seeu.edu.mk

Идет Зеќири

SEEU-Tetovo, Republic of Macedonia, i.zeqiri@seeu.edu.mk

Брикенд Азири

Универзитет во Тетово, Република Македонија, brikend.aziri@unite.edu.mk

Резиме: Локалниот економски развој е стожер на економскиот развој на една земја. Имплементирање на соодветен модел на локален економски развој е неопходен за современите општества. Планирање на ЛЕР; утврдување на развојни и структурни приоритетни цели; водење на соодветна локална економска политика; поддршка на развојот на малите и средните деловни субјекти и на претприемачки идеи, развојот на локалната мрежа на институции и агенции и промовирање на јавно приватно партнерство се клучни активности за севкупен економски развој.

Компаративната анализа помеѓу општина Тетово и Марибор Словенија ќе придонесува за изнаоѓање на нови развојни точки и правци кои ќе се обидам да ги инкорпорират во еден современ модел на ЛЕР компатибилен за општина Тетово.

Клучни зборови: ЛЕР, економска политика, МСДС, јавно-приватно партнерство.

1. ВОВЕД

Градот Тетово од Р. Македонија и градот Марибор Р. Словенија се типични репрезенти на своите земји како од аспект на економската, образовната и културната важност, така и од нивната улога во регионалниот и се вкупниот развој на своите земји. Двата града се сметаат како втори центри за развојот, после главните градови на своите држави. Покрај неколкуте слични економски и демографски карактеристики на Македонија и Словенија овие две држави имале иста судбина до нивното

осамостојување.¹⁹⁰ Истата година на осамостојувањето на двете земји претставуваше исти предуслови–сарт (од временски аспект и други околности) за понатамошен раст и развој на економиите и нивно зачленување кон ЕУ и НАТО. Но, за жалост РМ не успеаше да се развива рамо до рамо со РС која успеа за брзо време да се зачлени во НАТО (29–март 2004) и во ЕУ (1–мај 2004) а во јануари 2007 година го воведо еврото како национална валута¹⁹¹.

Република Словенија претставува одлична референтна точка за ориентација на развојот на економијата на РМ како и одличен патоказ кон интегрирање на РМ кон евроатланските структури.

2. КОМПАРАТИВНА АНАЛИЗА МЕЃУ ТЕТОВО (МКД) И МАРИБОР (СЛО)

Она што ми дава за право да правам компарација меѓу Тетово и Марибор се приближните карактеристики на овие два града економии кои имале и заедничко минато во екс југословенската федерација. Тетово беше познат со својот бренд со текстилната индустрија (*Тетекс*) додека Марибор познат со автомобилската индустрија (*ТАМ*).

Во продолжение ги наведувам клучните точки (*категории*) и потреби кои менаџментот на општина Тетово треба внимателно да ги третира за да ЈЕР во општина Тетово се развива по моделот на општина Марибор (табела 1).

Табела 1 Компаративна анализа на општините Марибор–Тетово, потребите за ЈЕР во ТЕ			
Категорија	Марибор	Тетово	Потреба–ТЕ
Стопанство	Преструктурирано стопанство со доминација на микро, мали и малку средни ДС	Не преструктурирано стопанство со доминација на особено тп, ММСДС	Неопходно е адекватно преструктурирање на ДС
Деловниот амбиент и поддршката на ММСДС	<ul style="list-style-type: none"> Капитални трансфери кон правни и физички лица (како ставка од буџетот пр. 12,9 мил евра просек годишно за период 2008–2010) Кредитни линии Економска зона–Тезно Технолошки парк Štajerska Кластер мрежи Инкубатори Startup–фондација Гарантен фонд–Подравске Јака поврзаност на бизнис средината со академските институции 	<ul style="list-style-type: none"> Постои симболична и декларативна поддршка на ДС Бизнис центар–ЈИЕУ Агенција за поддршка на мали и средни претпријатија ESA (приватна сопствен) Инкубатор–ЈИЕУ (само една реализација во соработка со YES) Неактивна технолошко–индустриска развојна зона/ЈПП Слаба поврзаност на бизнис средината со двата универзитетата 	<ul style="list-style-type: none"> Неопходно е активна политика на ЕЛС за поддршка на ММСДС преку еден процес на децентрализирање на некои владини мерки во локално ниво Промоција на кредитни линии за ММСДС (акција на ЕЛС/ЗЕЛС Банк.сектор/МФ/НБРМ) Активирање на ТИРЗ во Тетово, Создавање на царинска и друг вид на бизнис зони, Создавање на бизнис центри, инкубатори и кластер организации, гаранционен фонд и др. Создавање на силен мост меѓу реалниот сектор и универзитетите

¹⁹⁰ Осамостојувањето на Македонија 8–сеп. 1991, осамостојувањето на Словенија 25–јуни 1991

¹⁹¹ Конверзијата се вршеше 1€=239,64 SIT

Категорија	Марибор ¹⁹²	Тетово	Потреба–ТЕ
Претприемништво	<ul style="list-style-type: none"> • Институционална поддршка како на национално така и на локално ниво • Стратегија и план за негување на претприемништвото • Буџетска линија Кредитни линии 	Не постои конкретна локална поддршка, но поддршката е само на национално ниво	<ul style="list-style-type: none"> • Неопходно е креирање на стратегија за локална поддршка на новите и постојните претприемачи преку финансиски буџетски и не финансиски сре/ва • Поддршка на претпријатија кои развиваат традиционални и извозни дејности
Туризам	<ul style="list-style-type: none"> • Постои стратегија¹⁹³ за развој на туризмот: <i>Марибор Похорје 2010–2020 (Зимска универзијада–26)</i> • Стратегија за еко, агро – селски–речен туризам • Стратегија за културен туризам: Марибор Европска престолнина на култура 2012-2018 	<ul style="list-style-type: none"> • Не постои адекватна стратегија за промовирање на туризмот туку само декларативно (постојат одлични услови за зимски, агро–селски–речен туризам) • Постојат предлог програми за промоција на зимскиот туризам 2011-2018 (нема финансис. поддршка од централ. ниво) 	<p>Неопходно е водење на активна туристичка политика во општина Тетово и тоа:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Стратегија за развој на зимски туризам–Попова Шапка (Шарпланински куп) • Стратегија за еко планински туризам (19/8 мали езера во Шара) • Стратегија за историско и културен туризам • Стратегија за агро–селски–речен туризам
Институционална поддршка–развој	<ul style="list-style-type: none"> • Мариборска агенција за развој • Економски институт Марибор • Комората за трговија и индустрија Штајерска, • Центар за културни перформансии 	<ul style="list-style-type: none"> • Канцеларија за ЛЕР при (со скромни активности) • Центар за развој на полошкиот регион–Цепчиште Тетово • Центар за рамномерен развој на 9–општини на ТЕ&ГВ • Стопанска комора на северно западна Македонија 	<p>Потребно е да се креираат соодветни институции за Тетово и тоа:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Тетовска развојна агенција • Економски институт • Комора на Тетовски занаетчии • Центар за културно и историско наследство–ТЕ

Категорија	Марибор ¹⁹⁴	Тетово	Потреба–ТЕ
Стратегија–програми за регионален–локален	<ul style="list-style-type: none"> • Стратегија за развој на Подравски регион • Програмата за 	<ul style="list-style-type: none"> • Стратешки план за развој на Тетово–канцеларија на ЛЕР 	Тетово треба да ги спроведе сите видови на стратегии и програми

¹⁹² MOM: “*What Future for Cohesion Policy? An Academic and Policy Debate*”, Maribor 2011.

¹⁹³ Janez SIRŠE (2002): MARIBOR – TURISTIČNO MESTO Vizija in strateške smeri razvoja turizma, Medunarodni inštitut za turizem, Ljubljana

¹⁹⁴ MOM: “*Kratek pregled*” 1999-2002, 2003-20006, 2006-2009,2009-2012 Mestna občina Maribor.

развој	<p>регионален развој (ЕИМ–МРА)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Регионален стопански информациона систем • Стратегија за развој на малиот бизнис • Програма создаде заеднички регионални база за користење на ЕУ с/ва • Програми за воспоставување на регионална мрежа на микро кредитни фондови и други регионални фондови • Програми за меѓу гранична соработка–ИПА фондови 	<p>општина Тетово, (симболичен)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Стратегија за регионален развој на РМ, • Стратешки план за развој на Полошкиот регион (симболичен) 	<p>користени од страна на Марибор со една ри адаптација на ТЕ услови со исклучок на стратегиите и програмите за кои се бараат средства од ЕУ или ИПА фондови, за кои ние немаме пристап поради не полно правно членството во ЕУ</p>
Локален буџет (просек 2008–2010) -пример-	<ul style="list-style-type: none"> • Вкупни расходи 0 121,5 мил Евра/год • Плати 0 15,09 мил Евра/год или 12,4% од вк.расх. • Капитални расходи 0 49,6 мил Евра/год или 40,8% од вк. расх. од кои <ul style="list-style-type: none"> ✓ Капитални трансфери кон правни и физички лица 12,9 мил Евра/год или 10,67% од вк.расх. 	<ul style="list-style-type: none"> • Вкупни расходи 0 20,56 мил Евра/год (7,27 пати помалку од ОМ) • Плати 0 10,3 мил Евра/год или 50,1% од вк.расх.(1,46 пати помалку од ОМ) • Капитални расходи 0 3,39 мил Евра/год или 16,5% од вк.расх. (14,65 	<ul style="list-style-type: none"> • Погolem буџет за општината според принципот (поголеми буџетска автономност од аспект на користење на собраните даночни приходи во ТЕ–area) • Пораст на капиталните расходи за плус 20% за ефикасно реализирање на делегираните надлежности • Редуцирање на трошоците за плати
Фискална децентрализација	<p>Висока автономност на фискална децентрализација,</p>	<p>Второ степенa фискална децентрализација (се уште е многу централизирана)</p>	<p>Потребно е реформирање на системот за фискална децентрализација според потребите односно надлежностите на општината во насока на нивно ефикасно и ефективно реализирање на обврските во духот на економскиот развој,</p>

Категорија	Марибор	Тетово	Потреба–ТЕ
Јавна администрација	<p>Јавната администрација е професионална и е ефикасен сервис на граѓаните и ДС.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Јавната администрација заостанува наспроти развојот на граѓ. и ДС • ЈА често е тесно грло за развојниот процес 	<ul style="list-style-type: none"> • Обучување на јавната администрација • По продуктивна и ефикасна јавна администрација која ќе биде сервис на гр./ДС.

<p>e-вeб информации</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Современ веб дизајн на ОМ со структурирана и организирана страница со совршени информации за корисниците • E-јавни набавки • E-вработување • E-геоцентар <p>www.maribor.si</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Едноставен-скромно веб дизајн на со елементарни неопходни податоци за корисниците, • e-детален и генерален урбанистички план <p>www.tetova.gov.mk</p>	<p>Неопходно е усовршување на веб страницата со вградување на современи апликативни софтвери потребни за поедноставување на процедурите на физичките и правните корисници во општина.</p>
--------------------------------	---	--	---

Извор: Подготвено од авторот

Од горенаведените податоци се добива претстава дека општина Тетово (во најголема мера) има предуслови како економски така и институционално да се развива по патот на Марибор со една модификација на моделот врз нашите услови. Останува да менаџментот на ЕЛС во Тетово и тетовски регион да имаат системски пристап за креирање на модел за ЛЕР според стандардите на ЕУ комбинирано со условите, факторите-ресурсите и потребите на локалната и националната економија.

Општина Тетово заедно со останатите ЕЛС во Тетовскиот и Полошкиот регион треба несомнено да се ориентира и да се зафати за *создавање на соодветна патна и друга инфраструктура* соодветна на потребите на граѓаните и бизнис заедницата како еден клучен предуслов за стимулирање на внатрешните и странските инвеститори. ЕЛС треба да ги ориентираат нивните локални стопанства кон поголема инвентивност, иновации, поголема конкурентност. Со други зборови општините треба да креират една **нова визија за развојот** која за мисија ќе ги има:

- *Развој на локалното стопанството по сите сектори (со една скала на приоритети) за поголеми инвестиции, можности за вработување и повисоко квалитетно живеење на граѓаните,*
- *Создавање на претприемачка култура за мотивирање и поддршка на претприемачите и создавање на нов „ментален склоп,, (поединци и ДС) за поголеми инвестирања и голема конкурентност,*
- *Соодветна и квалитетна јавна администрација која ќе биде во состојба да им се спротивставува на брзиот образовен и културен подем на граѓанинот како и на динамичниот развој на бизнис средината,*
- *Општината како современ амбиент на живеење заснована на квалитетно: образование, култура, рекреација и современа јавна администрација.*

3.СТОПАНСКО ПРЕСТРУКТУИРАЊЕ КАКО ОСНОВА ЗА КОНКУРЕНТНОСТ И ЕКОНОМСКА ПЕРСПЕКТИВА

За време на економска стагнација во најголем број на национални економии се отпуштат одреден број на работници, се затвараат одредени фабрики до затварање на трговски друштва. При ваква ситуација е неопходно реструктуирање на стопанството од локално-регионално до национално ниво. Често пати процесот на реструктуирање во различни земји се одвиваат врз основа на позитивните лекции реализирани во Западна Европа и Северна Америка.¹⁹⁵

Раководствата на локалното ниво во РМ треба да размислуваат како да создаваат компаративни предности за една пазарна перспектива. За реализација на ваквото начело е неопходна идентификација на:

- ✓ *Актуелната состојба на стопанството на локално, регионално и национално ниво,*
- ✓ *Пазарните можности и правната рамка за зајакнување на реалниот сектор и*
- ✓ *Најуспешните искуства на различни локални и регионални стопанства слични со нашите стопанства и нивно спроведување во реалност.*

¹⁹⁵ Zeqiri, Izet and Mazlami, Jeton (2017): *Regional development as an imperative for fostering the development of republic of Macedonia*, 13th ISC, Montenegro

Активностите кои ќе треба да бидат превземани од страна на локалната власт во насока да ги подобрат компаративните предности и зајакнување на конкурентноста треба да се одвиваат во три чекори и тоа:

Чекор–1 Утврдете ја сегашната–тековната состојба на стопанството

- Кои се најдобрите компании–индустрии од аспект на вработеноста и нивото на плати,
- Кои индустриски гранки бележат најбрз позитивен тренд во однос на добивка, инвестиции, вработување и др.,
- Кои економски дејност се во опаѓање и стануваат неатрактивни,
- Кои индустриски гранки бележат опаѓање во однос на остварена добивка, инвестиции, вработување и др.

Чекор–2 Утврдување на сегашната–тековна конкурентна способност на деловните субјекти (ДС) во стопанството

- Анализирање на нивото на ефективност и ефикасност кај деловните субјекти со иста економска дејност,
- Кои и колку деловни субјекти од одредена општина/регион успеваат да усвојуваат пазари во соседни општини/региони и колку е процентот од усвоениот пазар,
- Кои се деловните области во кои има влез на ДС од соседни општини/региони и колку изнесува процентот на добиениот пазар,

Чекор–3 Утврдување на степенот зависност и различност помеѓу себе на клучните деловните субјекти (ДС) или индустрии

- Колку разгранетоста на ДС придонесува до зголемување на асортиманот и волуменот на аутпутот,
- Колку проценти ДС се комплементарни или супплементарни помеѓу себе,
- Колку падот/растот на активноста на едниот ДС ќе предизвикува намалување/зголемување на другиот ДС (комплементарни ДС)
- Колку падот/растот на активноста на едниот ДС ќе предизвикува зголемување/намалување на другиот ДС (супплементарни ДС)

Реализирајќи ги горенаведените чекори раководните органи на локалната власт можат да развиваат соодветни стратегии за потребите на ЛЕР и тоа:

- ➔ Поддршка и зајакнување на ДС кои добавуваат главни дејности на локално ниво со висок степен на продуктивност и рентабилност (ДС кои привлекуваат најголем број на вработени),
- ➔ Институционална поддршка на ДС кои имаат висока продуктивност и ги разгледуваат можностите за заедничко вложување со кои ќе се зголемуваат инвестициите, вработеноста, компаративната и конкурентската предност во релација со другите општини или региони,
- ➔ Поддршка на иницијативите за оживување на старите ДС кои се компаративна предност за општината, но недостасува претприемачката иницијатива,
- ➔ Охрабрување и поддршка за ново отворените ДС кои предизвикуваат оживување или отворање на други ДС (комплементарни ДС),
- ➔ Охрабрување и институционална поддршка на индустриски гранки кои се извозно ориентирани,
- ➔ Охрабрување, институционална и финансиска поддршка за оние кои ќе ја оживуваат најстарата економска дејност земјоделството и преработката на земјоделските производи,
- ➔ Охрабрување на ДС од други општини/региони кои делуваат во вашиот регион и претставуваат можност за нови вработувања и нови инвестиции.

4.НОВ МОДЕЛ ЗА ЛОКАЛЕН ЕКОНОМСКИ РАЗВОЈ ВО ОПШТИНА ТЕТОВО

Врз основа на извршените анализи наведувам еден конкретен стратешки модел за ЛЕР за општина Тетово–тетовски регион, модел кој може да се искористи и во другите рурални општини на регионот. Моделот е составен од: мисија, цели, задачи и стратегии.

Мисија на моделот

- Развој на локалното стопанството по сите сектори за поголеми инвестиции, можности за вработување и повисоко квалитетно живеење на граѓаните.
- Мотивирање и поддршка на претприемачите (особено на печалбарите) за поголеми инвестирања,
- Современ амбиент на живеење заснована на квалитетно: образование, култура, рекреација и современа јавна администрација

Основните цели на моделот

1. Охрабрување на земјоделството како клучна економска дејност
2. Развој на бизнисот и технологиите
3. Развој на туризмот

Предложениот стратешки модел¹⁹⁶ за локален економски развој на општина Тетово (конципиран од авторот) и претставува еден модифициран модел на моделот за локален економски развој на општина Марибор надграден со елементи од најпозитивните искуства на земјите од Централна и источна Европа и искуството на земјите од централна Америка кои можат да бидат применети во наши услови. Во наредната шема (слика-1) е прикажан целиот модел каде покрај наведената мисија и цели се прикажани и неопходните задачи и стратегии за реализирање на поставените приоритетни цели. Со оваа докажувам дека економијата во општина Тетово и тетовски регион може да се развива врз основа на овој модел.

Слика 1 Стратешки модел за ЈЕР во ТЕ регион

МИСИЈА

- Развој на локалното стопанството по сите сектори за поголеми инвестиции, можности за вработување и повисоко квалитетно живеење на граѓаните,
- Мотивирање и поддршка на претприемачите (особено печалбарите) за поголеми инвестирања и голема конкурентност во регионот,
- Современ амбиент на живеење заснована на квалитетно: образование, култура, рекреација и современа јавна администрација

ЦЕЛИ

Охрабрување на земјоделството

Создавање на адекватни услови за мотивирање и охрабрување на безнадежните земјоделци во ТЕ–регион

Задачи

- Да се помогнат земјоделците во насока на официјализирање на земјоделските дејности.
- Да се ревитализираат опустените земјоделски ареи со субвенционирање на земјоделците.
- Директна поддршка на одреден број на земј.организации во наредните години (според план)
- Одржување на инфраструктурата до земјоделските. ареи.

Стратешии

- Организирање на форуми со земјоделците и откривање на слабите точки на системот,
- Реформирање на системот за менаџирање со земјоделството со нудење на конкретни мерки за управување со парцелите
- Креирање на здружение на земјоделци и мрежа на одделни земјоделци,
- Обезбедување на обука за земјоделците,
- Издвојување на финансиски фондови за субвенции на оскудните земјоделски производи, за земјод.производи репрезентативни за ТЕ–регион и за земјоделците кои ќе се самовработуваат во 3.Организ.
- Користење на финансиски средства од ЕУ за земјоделство.

Развој на бизнисот и технолог.

- Креирање на адекватен деловен амбиент за забрзување на технол. во преработувачките и други индустриски дел.активности
- Поддршка на малиот бизнис

Задачи

- Да се потпомагаат при создавање на 5–7 ДС годишно со современи технологии во репрезентативните инду.активности во ТЕ–регион
- Создавање на адекватен деловен амбиент во ЕЛС за привлекување на внатрешни и надворешни инвестиции,
- Одржување на семинари за промовирање на атрактивни локални бизниси
- Преструктурирање на администрацијата за поддршка на приватната иницијатива

Стратешии

- Организирање на форуми на локалните бизнисмени со високите образовни институции за размена на идеи,
- Креирање на институции за поддршка на деловните бизниси: *бизнис центри–инкубатори, кластери и др.*
- Ауторсинг–собирање на искуства од странски и внатрешни искусни бизнисмени преку советувалиште
- Контакттирање на претприемачите интересирани за започнување на бизнис активности,
- Истражување на пазарите и ориентирање на заинтересираниите бизнисмени кон клучните пазари
- Креирање на едно шалтерски систем во ЕЛС за поедноставување на административните процедури.
- Промовирање на локалните бизниси–производи

Развој на туризмот

- Обновување и развој на зимскиот туризам во Попова Шапка
- Создавање на услови за развој на алтернативен туризам: *селски, планински, речен и земјоделски.*

Задачи

- Инвестирање во нова патна инфраструктура и реконструирање на веќе амортизираната инфраструктура
- Одржување на семинари и симпозиуми за промовирање на атрактивните места, села, реки за привлекување на туризмот
- Да се бараат приватни инвеститори и креирање на ЈПП,
- Зголемување на бројот на странските и внатрешните посетители

Стратешии

- Ревитализирање на најатрактивниот зимски терен во РМ–Попова Шапка преку различни форми од јавно–јавно приватно партнерство до приватна инвестиција,
- Креирање на информативни туристички бироа за афирмирање на убавините што ги нуди ТЕ–регион низ 4–сезони,
- Создавање на соодветна патна инфраструктура, трговски капацитети како поддршка–стимулирање на посетителите,
- Создавање на промотивен материјал за убавините и атрактивноста што ги нудат селските, планинските, речните и другите места во насока на привлекување на странски и внатрешни туристи,
- Создавање комерцијални капацитети за

¹⁹⁶ Mazllami, Jeton (2011): Инвестиците и локалниот економски развој во тетовскиот регион, Докторска дисертација, Економски факултет, Скопје.

ЗАКЛУЧОК

Предложениот развоен модел базиран на основните компоненти: *локалитет (населба/околина), бизнис и економска основа, можности за вработување и ресурси на заедницата* со јасно дефинирана *мисија, цели, задачи и стратегии* ќе придонесува за поголем економски раст и развој. **Новиот предложен стратемиски модел за ЛЕР** треба да изврши реструктурирање на стопанството, според современите потреби на пазарот и конкуренцијата, зголемување на ефикасноста и ефективноста на јавната администрација, спроведување на соодветни реформи во насока на создавање нов лик и современа визија на градот Тетово и тоа:

- ✓ *Тетово град на соживот според обичаите на граѓаните;*
- ✓ *Град на соживот и квалитетно живеење;*
- ✓ *Град на позитивна енергија;*
- ✓ *Тетово град на еднакви можности;*
- ✓ *Тетово сигурен дом за печалбарите;*
- ✓ *Тетово град на студентите и на иднината;*
- ✓ *Тетово град на постојан развој и благосостојба на граѓаните.*

ЛИТЕРАТУРА

- [1] **Bruno Dallago and Ermanno Tortia (2018):** Entrepreneurship and Local Economic Development: A Comparative Perspective on Entrepreneurs, Universities and Governments, Routledge.
- [2] Capello R., Nijkamp P. (2009): Handbook of Regional Growth and Development Theories, Edward Elgar, Cheltenham.
- [3] Cooke Philip and Piccaluga Andrea (2006): Regional development in the knowledge economy, Rutledge, New York.
- [4] Drnovsek, Mateja (2005): Benchmarking of Business incubators in Slovenia, Centre for Entrepreneurship Development, University of Ljubljana – Faculty of Economics, Ljubljana.
- [5] Franci, Žohar (2008): Reform of financing of municipalities in Slovenia, Government Office for Local Self-Government and Regional Policy, (Professional article), Ljubljana.
- [6] Group of authors; Mazllami, Jeton (co authors) (2008): TETOVO–Economic status and development, FBA–SEEU, Arberiadesign, Tetovo.
- [7] Janez SIRŠE (2002): MARIBOR – TURISTIČNO MESTO Vizija in strateške smeri razvoja turizma, Medunarodni inštitut za turizem, Ljubljana.
- [8] Joaquin Jay Gonzalez III and Roger L Kemp (2017): Small Town Economic Development: Reports on Growth Strategies in Practice, McFarland.
- [9] Maroš Finka and Matej Jaško (2018): The Role of Public Sector in Local Economic and Territorial Development: Innovation in Central, Eastern and South Eastern Europe.
- [10] Mazllami, Jeton (2011): Инвестиците и локалниот економски развој во тетовскиот регион, Докторска дисертација, Економски факултет, Скопје.
- [11] MOM: “*Kratek pregled*” 1999-2002, 2003-20006, 2006-2009, 2009-2012 Mestna občina Maribor.
- [12] Nancey G. Leigh and Edward J. Blakely (2013): Planning Local Economic Development: Theory and Practice, SAGE Publications.
- [13] Setterfield, Mark (2010): Handbook of Alternative Theories of Economic Growth, Edward Elgar, Massachusetts.
- [14] UNDP (2004): “*Како да профункционира локалниот развој*“, Програма за развој на ОН.
- [15] Zeqiri, Izet and Mazllami, Jeton (2017): *Regional development as an imperative for fostering the development of republic of Macedonia*, 13th ISC, Montenegro.
- [16] MOM: “*What Future for Cohesion Policy? An Academic and Policy Debate*”, Maribor 2011.
- [17] Наталија Николовска (2000): Регионална Економија, Економски Факултет Скопје.
- [18] Општина Тетово, Биро за ЛЕР: “*Предлог Програма–за активностите на Општина Тетово во областа на локалниот економски развој во 2011-2017 година*”, Тетово.
- [19] Општина Тетово, Сектор за финансии и буџет: “*Буџет на општина Тетово*” 2002–2017, Тетово
- [20] Сл.Весник: “*Стратегија за регионален развој на Република Македонија 2009–2019*”, Службен весник на РМ бр.119 од 30.09.2009 година.

CONTENT OF THE ACCOUNTING POLICIES OF BULGARIAN NON-PROFIT ASSOCIATIONS FROM USER'S POINT OF VIEW

Daniela Ventsislavova Georgieva

International business school - Botevgrad, Bulgaria, e-mail: dgeorgieva@ibsedu.bg

Abstract: According to data published in the Sustainability Index for Central and Eastern Europe and Eurasia, 1579 new associations and 370 foundations are registered in 2016 in Bulgaria. As a comparison in 2015 the newly registered associations are 1463, and the foundations - 306. Being active entities at the economic life of our country, not only the number of foundations and associations is increasing, but also the range of their business and non-profit activities are expanding. In this respect, non-profit organizations are involved in the political, economic, spiritual, cultural and social life of Bulgaria. Such an idea undoubtedly has a direct impact on the accountability of these activities. As an appendix to the financial statements, accounting policies provide information regarding the accounting methodology used for preparing the statements and hence are essential for the purposes of interpreting the data by the users. The accounting policies must ensure that the information they contain is cautious, reliable, neutral and impartial. Due to the possibility of certain conflicts of interest between the needs of different users, the data written inside the document is not as transparent and comprehensible as it should be. Based on that a main goal of the report is to present data analysis regarding the main content components of the document and their importance based on the user's point of view. The subject of the study is the content of the accounting policy of Bulgarian associations. The methodology used for the analysis is a survey conducted among target groups related to the activities of the associations. The data collection period covers the months July 2018 - August 2018. For the analysis of the data, the programs SPSS, ver. 16.0/2007, as well as Microsoft Office Excel 2013 are used. The results from the questionnaire are based on the methods of mathematical statistics. The study of statistical relations and dependencies is done on the basis of a Chi square - analysis (χ^2). Cramer's (V) coefficient is used to measure the strength between the nominal variables. The author's hypothesis is that users are not aware of the role, functions, and purposes of the accounting policies. In this respect the information they expect to find out in the document is irrelevant to the essence of the accounting policy. The results of the survey would help for better understanding of the accounting policy of associations, its structure and expected content components.

Keywords: accounting policy, content, elements, associations.

СЪДЪРЖАТЕЛНИ АСПЕКТИ НА СЧЕТОВОДНАТА ПОЛИТИКА НА СДРУЖЕНИЯ В БЪЛГАРИЯ ОТ ГЛЕДНА ТОЧКА НА ПОЛЗВАТЕЛИТЕ НА ДОКУМЕНТА

Даниела Венциславова Георгиева

Международно висше бизнес училище - Ботевград, България, e-mail: dgeorgieva@ibsedu.bg

Резюме: По данни, публикувани в Sustainability Index for Central and Eastern Europe and Eurasia през 2016 г. в България са регистрирани 1579 нови сдружения и 370 фондации. В сравнителен аспект през 2015 г. новорегистрираните сдружения са 1463 бр., а фондацииите - 306 бр. В качеството си на активни стопански субекти в икономическия живот на страната ни не само броят на фондацииите и сдруженията се увеличава, но и обхвата на извършваните от тях стопански и нестопански дейности се разширява. В тази връзка неправителствените организации все по-активно участват в политическия, икономически, духовен, културен и обществен живот на България. Подобна идея несъмнено оказва пряко въздействие и върху отчетността на тези дейности. В качеството си на приложение към финансовите отчети счетоводната политика дава информация за използваната счетоводна методология при съставяне на отчетите, а от там е и основополагаща за целите на интерпретиране на данни от тях. Въпреки изискването, счетоводната политика да носи сигурност, че нейното съдържание е предпазливо, надеждно, неутрално и безпристрастно, тя не е максимално прозрачна и разбираема, поради възможността за наличие на определени конфликти на интереси между нуждите на различните информационни потребители. Като се основаваме на предходното

основна цел на разработката е да се представят вижданията на потребители на данни от счетоводната политика относно основните съдържателни аспекти по контретни елементи на документа. Специално внимание е обърнато и на степента на тяхната важност за ползвателите им. *Обект на изследване* са съдържателните елементи на счетоводна политика на сдружения, а *предмет на анализ* е проведено авторово анкетно проучване сред целеви групи, имащи отношение към дейността на сдруженията в България. Периодът на анкетното събиране на данни обхваща месеците юли 2018 г. - август 2018 г. За анализа на данните са използвани програмите – SPSS, ver. 16.0/2007 г, както и Microsoft Office Excel 2013. Резултатите от обработката на анкетните карти са получени на базата на методите на математическата статистика. Изследването на статистически връзки и зависимости е направено на база Хи квадрат – анализ (χ^2), като за коефициент на контингенция е избран коефициентът на Крамер (V). Основна *авторова хипотеза* е, че ползвателите на счетоводната политика не са достатъчно запознати с нейната роля, функции и предназначение, поради което информацията, която те очакват да намерят в нея е нерелевантна на същността на документа. Резултатите от проучването биха спомогнали за по-доброто разбиране на счетоводната политика, нейната структура и очаквани съдържателни компоненти от страна на ползвателите ѝ. Предходното е от съществено значение при изграждане на подходящ модел на счетоводна политика за целите на сдруженията.

Ключови думи: Счетоводна политика, елементи, съдържание, сдружения.

1. УВОД

Документът, даващ цялостна представа за възприетото и прилагано от предприятието текущо и периодично счетоводство е счетоводната политика. Авторовото виждане за счетоводна политика е индивидуално определена за полезна от ръководството и прилагана от предприятието съвкупност от законодателно обосновани принципи, оценъчни бази, правила, конвенции и практики за целите на коректното текущо и периодично счетоводство на организацията, съобразени с вътрешните и външни фактори на околната среда и информационно - икономическите потребности на потребителите ѝ. Интерпретацията на елементите на счетоводната политика определят нейното съдържание [1]. В тази връзка може да се твърди, че визията на потребителите на документа оказва влияние при разработване на модел на счетоводна политика. Коректното разписване на отделните елементи може да повиши имиджа на организациите. Предходното е от значение най-вече за сдруженията, в качеството им на неправителствени организации с идеална цел. Според проведено през 2016 г. проучване относно гражданските нагласи към сектора само една трета от респондентите имат доверие в юридическите лица с нестопанска цел [2]. Може да се твърди, че подобно обществено недоверие към неправителствените организации засилва значението на достоверността на финансовите отчети и прозрачността на отчетените резултати от дейността им. За тази цел при разработване на модел на счетоводна политика и избор на значими за оповестяване елементи е подходящо да се обърне по-голямо внимание на очакванията за полезност на потребителите на данни в документа.

2. МЕТОДОЛОГИЯ И ОГРАНИЧЕНИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

С цел да се очертаят основните структурни и съдържателни елементи, които са носители на полезност за ползвателите на информация от счетоводната политика на дадено сдружение е направено анкетно проучване. То е осъществено по метода на стандартизираното допитване. Използвана е анкетна карта, съставена от автора. Анкетната карта се състои от общо 17 въпроса, които могат да се разделят в три основни групи. Първата група съдържа 5 въпроса, целящи определянето на професионалния и социално-демографския профил на респондентите. Втората група обхваща 4 въпроса със структуриран отговор, насочени към определяне мнението на респондентите относно предназначението и ролята на счетоводната политика. Третата група въпроси са със структуриран и отворен отговор, като за част от тях са използвани номинални и ординални измерителни скали. Те целят определяне на данните, които респондентите очакват да намерят в счетоводната политика на сдружение, както и степента на тяхната полезност. Събирането на данни обхваща месеците юли 2018 г. - август 2018 г. Основните целеви групи на анкетното проучване са: вътрешни потребители в лицето на служители и работници с управленски, счетоводни, административни и неадминистративни функции в дадено сдружение; вътрешни потребители, които са членове и доброволци към сдружение; външни потребители – дарители и лица, които проявяват интерес към дейността на сдружение, но нямат никакви правоотношения с него. В проучването са взели участие общо 46 респондента,

като подборът е направен на случаен принцип по метода на отзовалите се от очертаните целеви групи. Малкият брой на респондентите е предпоставка да се твърди, че проучването няма представителен характер. Въпреки това събраните данни могат да послужат при разработване на модел на счетоводна политика, базиран не само на законодателните изисквания, но и на очакванията на потребителите за полезност на информацията в нея. С оглед гарантиране на достоверността на отговорите проведените анкети са онлайн¹⁹⁷, индивидуални и анонимни. За анализа на данните са използвани програмите – SPSS, ver. 16.0/2007 г, както и Microsoft Office Excel 2013. Резултатите от обработката на анкетните карти са получени на базата на методите на математическата статистика. Изследването на статистически връзки и зависимости е направено на база Хи квадрат – анализ (χ^2), като за коефициент на контингенция е избран коефициентът на Крамер (V).

3. АНАЛИЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ

В социално-демографски аспект най-голям е дялът на респондентите, попадащи във възрастовата група между 41 и 50 години (50%). Попълнените анкетните карти са изцяло жители на столицата. От гледна точка на притежаваната от анкетиранията лица образователна степен данните са показателни за това, че около 94% от отзовалите се имат висше образование (докторска, магистърска или бакалавърска степен). Половината от респондентите полагат възмезден, безвъзмезден труд или имат интерес спрямо дейността на сдружения в общественополезна дейност, докато останалата половина – в сдружения в частна полза. При идентифициране на типа потребител на данни от счетоводната политика бе установено следното:

- близо 22% от респондентите са учредители или съучредители на сдружение;
- около 35% са счетоводители на сдружение;
- близо 9% от анкетиранията са наети от сдружение като неадминистративен персонал, неизискващ специална квалификация по НКПД 2011 (национална класификация на професиите и длъжностите);
- членове на сдружение са близо 13% от респондентите;
- около 15% от участващите в проучването лица са граждани, които проявяват интерес към дейността на сдружение, но нямат трудови или други правоотношения с него;
- около 6% са лица, дарители за осъществяване на идеални цели на сдружения.

От предходно посочените данни може да се направи заключение, че в по-голямата си част респондентите притежават необходимия житейски опит, както и високо образование, за да могат коректно да оценят полезността на счетоводната политика за целите на заеманата от тях длъжност и информационни потребности. Прави впечатление, че най-голям е броят на учредителите и счетоводителите, участващи в анкетното проучване, които не използват счетоводната политика на неправителствената организация (81% от всички анкетирани, които не използват документа). В допълнение всички лица, които посочват, че проявяват интерес към дейността на сдружение, но нямат трудово правни или дарителски отношения с него, не са запознати дали организацията има разработена счетоводна политика. Между типа на потребител на информация от счетоводната политика и поводът за нейното използване има средна статистически значима връзка (Cramer's V: 0.693, $p < 0.05$). Въпреки това двете условия за приложение на Хи квадрат – анализа (χ^2) не са изпълнени. Основна причина за това може да се търси в малкия брой на извадката. Предходното подсказва, че следва да се отнасяме резервирано към получените резултати от анализа.

Независимо от високия процент респонденти (близо 98%) според които счетоводната политика е важна при интерпретиране на финансовите отчети на сдруженията, повече от половината не смятат, че документа следва да има публичен характер. Близо 54% от тях са представители на счетоводната професия, а около 42% - са учредители на сдружения. От своя страна членовете на сдружения и гражданите, проявяващи интерес към дейността на организации с нестопанска цел, смятат за необходимо счетоводната политика да има публичен характер. Данните от анкетното проучване сочат силна статистическа връзка между типа респондент и вижданятията за публичност на счетоводната политика (Cramer's V: 0.850, $p < 0.05$). Въпреки, че едно от условията за приложение на метода е изпълнено, отново не можем да сме напълно сигурни в крайния извод, че има зависимост между двете величини. Липсата на публичност на счетоводната политика или съществена информация от нея може да се тълкува като причина за грешки при интерпретация на

¹⁹⁷ Анкетата е достъпна на интернет адрес:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeL7iUagJ5HdAuOOhWW7pze2kZtzoIo_r5jHQpNT-YA-tu63g/viewform

данните от финансовите отчети. Наличието на предходната хипотеза е предпоставка да се запитаме защо по-голямата част от респондентите, които не смятат за необходимо счетоводната политика на сдруженията да се оповестява са представители на мениджърския и счетоводен персонал? Може да се посочи, че в случая от значение е наличието на две основни предпоставки.

Първата е визията на респондентите за крайния потребител на счетоводната политика. От гледна точка на крайния ползвател на данни от документа прави впечатление, че въпреки отчетения голям брой на счетоводители, които не използват счетоводната политика на сдруженията, близо 44% от тях посочват, че тя е приоритетно насочен към счетоводния персонал на организацията. Идеята, че счетоводната политика се изготвя за целите на счетоводителите се поддържа не само от голяма част от счетоводителите респонденти, но и от 52% от всички анкетирани лица. Възможно е респондентите приоритетно да вменяват на счетоводителите ролята на съставители на документа и от тази гледна точка да ги възприемат и като крайни потребители на данните от вътрешния нормативен акт. Около 35% от анкетираните лица смятат, че счетоводната политика е предназначена за представителите на държавните органи и институции. Най-малък е процентът на респондентите, които са на мнение, че персоналът (6.5%) и мениджърският апарат (6.5%) на сдружението са основни крайни потребители на данни от документа. Нито един от анкетираните не посочва дарителите, кредиторите и обществото като цяло в качеството им на потенциални ползватели. Предходното може да се обясни и с неизползването на счетоводна политика от участващите в анкетното проучване - дарители и граждани, проявяващи интерес към неправителствения сектор. Наличието на средна статистическа връзка между типа респондент и крайния потребител, за когото е предназначена счетоводната политика (Cramer's V: 0.629, $p < 0.05$) също не следва да се приеме за напълно релевантна. Въпреки това посочените данни могат да се интерпретират като фактор, оказващ причинно-следствен ефект респондентите, които изготвят (счетоводителите) и утвърждават (управленския персонал) счетоводната политика, да не отчетат необходимост документа да се оповести сред обществото.

Освен потребителите на данни от документа обект на анализ е и самата информация, която се разписва и оповестява. В случая става въпрос за това какъв тип информация се съдържа в счетоводната политика и каква е степента на нейната полезност за потребителите. Предходното може да се интерпретира и като втори фактор, оказващ влияние върху мнението на счетоводителите и мениджмънта счетоводната политика да няма публичен характер. Анализът на данните от анкетното проучване е показателен за това, че близо 57% от респондентите очакват да намерят в счетоводната политика информация относно ефективността от нестопанската дейност на сдружението. За около 44% данни за използваните от неправителствената организация дарения, а за близо 28% - информация за получените дарения следва да намерят проявление в документа. Около 20% от взелите участие в проучването посочват, че данни относно рентабилността на приходи от продажби, свързани със стопанската дейност на организацията следва да се разпише в счетоводната политика. За 13% очакванията са да намерят информация относно дългосрочната стратегия на сдружението. Еквивалентен е и процентът на респондентите (13%), които посочват методологията на счетоводството сред информацията, която представлява интерес за тях¹⁹⁸. От обобщените анализи може да се направи заключение, че търсената от анкетираните лица информация е приоритетно насочена към данни, които по същество се съдържат в доклада за дейността на организацията, но не отговарят на същността и ролята на счетоводната политика. Самата методология на счетоводството, което е и основният съдържателен компонент на счетоводната политика представлява най-слаб интерес за анкетираните. Можем да обясним предходното с възможността анкетираните лица да не са изцяло наясно със същността и съдържанието на документа.

На база предложени в теорията модели на счетоводна политика [3; 4; 5; 6; 7] анкетното проучване, в частта си полезност на оповестената в документа информация за респондентите, е структурирано в следните елементи: обща информация; нетекущи (дълготрайни) активи; амортизационна политика; приходи и разходи; финансираня; финансови отчети и финансов резултат от дейността.

От гледна точка на общото представяне на организацията близо 78% от респондентите посочват за приоритетна информация, свързана с характера на осъществяваната от сдружението дейност. Правният статут на юридическото лице е посочен от 70% от анкетираните, а за 69% основните принципи и изисквания

¹⁹⁸ Поради причината, че във въпросът е дадена възможност за повече от един отговор, то сумата не е равна на 100%.

за осъществяване на текущата и периодична счетоводна отчетност е информация с приоритетно значение, която да се разпише в счетоводната политика на неправителствената организация. Сведения, относно идеалните цели и задачи, въз основа на които юридическото лице с нестопанска цел е учредено (посочено от 65%) и възприетата форма на счетоводна отчетност (посочено от 57%) е информация, която респондентите също отчитат за приоритетна. С най-слаб интерес са данни, свързани със степента на автоматизиране на отчетния процес (смятано за приоритетно от 26% от анкетираните) и създадените и използвани документи в документооборота на сдружението (посочено за приоритетна информация от близо 20% от респондентите). Следва да се посочи, че за 26% от анкетираните степента на автоматизиране на отчетния процес е информация, която е без значение за целите на счетоводната политика. Без значение за около 7% са основните принципи и изисквания за осъществяване на текущата и периодична счетоводна отчетност в сдружението. Последните данни са посочени от лица, които попадат в обхвата на дарителите и гражданите, проявяващи интерес към сдруженията в България.

Относно нетекущите (дълготрайни) активи, като елемент на счетоводната политика, близо 72% от анкетираните лица посочват за данни с приоритетен характер възприетият стойностен праг на същественост, под който тези активи, независимо че са дълготрайни, се отчитат като текущ разход при придобиването им. За 67% с приоритетно значение е възприетият подход при определяне на първоначалната оценка на активите и възприетия подход за отчитане временното изваждане от употреба на нетекущите ресурси. Според 65% приоритен е възприетият метод за последваща оценка на разглеждания вид активи след първоначалното им признаване. Данни с основен характер в счетоводната политика за близо 59% от респондентите е възприетият подход за класифициране на последващите разходи, а за близо 46% - прилаганият подход за класификация на активите като текущи. Прави впечатление, че за близо 67% от дарителите и 14% от гражданите, участващи в проучването предходните данни нямат никакво значение. Счетоводният персонал, участващ в проучването отчита очертаните данни относно нетекущите активи в качеството им на информация с приоритетна до висока степен на значение.

Може да се твърди, че срокът на годност на амортизируемите активи е възприет като най-важната информация за разписване и оповестяване в амортизационната политика на сдруженията според близо 78% от анкетираните лица. Прилаганият метод за счетоводна амортизация по група сходни амортизируеми активи има приоритетно значение за близо 77% от респондентите, докато според 74% това са данните за остатъчната стойност на амортизируемите активи. За приблизително 70% от анкетираните от основно значение е моментът, от който започва да се начислява амортизация. Отново за близо 67% от дарителите и 14% от гражданите, участващи в проучването предходните данни нямат никакво значение. За 30% от учредителите и съзучредителите на сдружение, които са попълнили анкетната карта, класификацията на нетекущите активи като амортизируеми, остатъчната стойност на амортизируемите активи и възприетият метод на амортизация са отчетени като данни със средна степен на значение. За близо 13% от счетоводителите със средна степен на значение е срокът на годност на амортизируемите активи.

Безвъзмездните средства са основополагащ елемент при определяне на финансовия резултат на сдруженията и съответно компонент, посочен за важен от страна на анкетираните лица. От гледна точка на информацията, която има приоритетно значение за тях е методиката за счетоводно отчитане на даренията по вид (отчетено от близо 76% от респондентите). Тези данни са посочени за информация с приоритетна и висока степен на важност от всички счетоводители и представители на неадминистративния персонал, изискващ специална квалификация, както и от 60% от учредителите, участващи в проучването. За приблизително 67% от дарителите данни с подобен характер са без значение. Прави впечатление, че размерът на получените дарения през периода е информация, посочена като основна за приблизително 74% от респондентите. В допълнение за близо 72% от анкетираните системата от мерки, целяща мотивиране на даренията е също приоритетна информация. Възприетият подход за класифициране на даренията е посочен като важен от близо 72% от анкетираните, включително от всички счетоводители. За близо 67% от дарителите и приблизително 14% от гражданите, проявяващи интерес към дейностите на сдружения обаче подобна информация е без значение. За 30% от учредителите класификацията на даренията има средна степен на значение. Спецификата при отчитане на амортизацията за придобити под условие на дарение амортизируеми активи е информация с приоритетен характер за около 48% от анкетираните лица. Отново за близо 67% от дарителите и приблизително 14% от гражданите, проявяващи интерес към дейностите на сдружения обаче подобна информация няма значение. Най-слаб е интересът спрямо въведените в

индивидуалния сметкоплан на сдружения групи от сметки и сметки за счетоводно отчитане на финансиранятия (приоритетно за близо 28% и без значение за около 20% от респондентите).

Анализът на данните от анкетните проучвания сочат, че според респондентите (около 94%) разграничаването на приходите и разходите от стопанска и нестопанска дейност на сдруженията е основен съдържателен елемент с приоритетно значение в счетоводната политика. Само за 30% от учредителите подобни данни имат средна степен на важност. Методологията за признаване и отчитане на неразпределяемите приходи и разходи е определена за информация с приоритетно значение за близо 70% от респондентите. Прави впечатление, че близо 67% от дарителите и 71% от гражданите посочват данните относно отчитането на неразпределяеми приходи и разходи за информация, която приоритетно следва да се разпише в счетоводната политика. За близо 9% от респондентите подобна информация обаче не е от значение. Въведените в индивидуалния сметкоплан на организацията групи и сметки за целите на счетоводството на приходите и разходите е като цяло информация със средна степен на значение (за около 31%) и дори без значение (за близо 20% от респондентите). Лицата, проявяващи интерес към дейностите на сдружения са основните респонденти, които отчитат приоритетна степен на важност на предходно посоченото съдържание на счетоводната политика.

За целите на периодичната счетоводна отчетност около 80% от анкетираните лица посочват за приоритетно полезна информация относно отчетения финансов резултат, групиран по дейности, а за около 72% - това са данни за икономическия анализ и текущ контрол върху дейността на сдруженията. Следва да се отбележи, че подобна информация трудно би се окачила като част от методологията на счетоводната отчетност, а по-скоро попада в обхвата на финансовия анализ. От гледна точка на методологията на изготвяне на финансовия отчет 50% от респондентите смятат подобни данни за приоритетни, за около 37% тя е с висока степен на значение, а за приблизително 13% е със средно значение. Посочилите средна степен на значение са представители на групите на дарителите, учредителите и гражданите, проявяващи интерес към дейността на сдружения. С приоритетна и висока степен на важност се оценява изготвянето на финансовите отчети от счетоводителите, членовете и неадминистративния персонал, изискващ специална квалификация.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение може да се посочи, че анализът на отговорите относно предходните съдържателни компоненти на счетоводната политика дават основание да се твърди, че участващите в проучването лица не са напълно запознати със същността, ролята и данните, подлежащи на разписване в документа. Това може да се разглежда като причина методологията на счетоводството да не се възприема като основоположна при изграждане на модел на счетоводна политика на сдружение, а по-скоро очакваната за оповестяване информация да е насочена към ефективността и резултатите от дейността на неправителствената организация. Подобни данни обаче са обект на оповестяване в други документи и приложения към финансовите отчети на юридическите лица с нестопанска цел. В допълнение по-голямата част от респондентите дарители и обществото като цяло отчитат голяма част от данните, обект на оповестяване в счетоводната политика, за такива със средна до никаква степен на полезност и значение. Те насочват вниманието си към икономическите анализи, резултатността и начина на използване на ресурсите на сдружението. Както беше посочено данни с подобен характер обаче не следва да се възприемат като структурен и съдържателен компонент на счетоводната политика. Наличието на предходното отбояство обаче е предпоставка да се предположи, че очакванията на потребителите на данни от документа са фактор с негативно влияние върху съставителя на счетоводната политика. Пренебрегването на базите, принципите и правилата на счетоводството от страна на външните ползватели на счетоводната политика може да доведе до тяхното пренебрегване от страна на счетоводителите, а от там и на управленския апарат. В резултат разработването на счетоводна политика е формално изпълнение на законодателното изискване, подчинено на подхода на копиране на методологията на счетоводството от друго сдружение. Този подход се мултиплицира сред организациите на регионално и национално равнище. Публикуването на еднотипни счетоводни политики обаче намалява тяхната полезност и може да се възприеме като предпоставка за липса на интерес от страна на външните потребители на информацията в тях. Това дори може да доведе до бъдещото отпадане на документа като елемент от финансовите отчети на организациите. Посоченото до тук ни дава основание да твърдим, че неразбирането на полезността на счетоводната политика е причина за нейното подценяване.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Станева, В., Съдържателни аспекти по прилагането на промени в счетоводната политика и счетоводните приблизителни оценки в предприятията от нефинансовия сектор, Икономиката на България и Европейския съюз: наука и бизнес, София: ИК УНСС, с. 249, 2017.
- [2] The 2016 CSO Sustainability Index for Central and Eastern Europe and Eurasia, United States Agency for International Development, Bureau for Europe and Eurasia, Office of Democracy, Governance and Social Transition, p.70, 2016.
- [3] Панчева, Ст., Насоки за разработването на модел на счетоводна политика на читалищата в страната, Working Paper. Научен електронен архив на НБУ, София, публикувано на интернет адрес <http://eprints.nbu.bg/832>, последно посещение на 17.07.2018 г., с. 19-20, 2011.
- [4] Меразчиев, В., Счетоводна политика на банките, Свищов: АИ - "Ценов", с. 40-42, 2004.
- [5] Аверкович, Ек., Счетоводна политика на нефинансовите предприятия, Фабер, с. 256-159, 2012.
- [6] Миланова, Е., Н. Орешаров, Счетоводна политика и финансови отчети на предприятието. София: ИК-УНСС, с. 100-102, 2012.
- [7] Башва, С., Е. Миланова, Б. Йонкова, Д. Петрова, Р. Пожаревска, Основи на счетоводството, София: ИК-УНСС, с. 671-677, 2013.

"CREATIVE" FINANCIAL REPORTING AND ITS CONSEQUENCES FOR THE INDIVIDUAL SUBJECTS

Gordana Stojmenović

Belgrade business school – Higher education institution for applied studies, Belgrade, Republic of Serbia
gordana.stojmenovic@bbs.edu.rs

Tatjana Mrvić

Belgrade business school – Higher education institution for applied studies, Belgrade, Republic of Serbia
tatjana.mrvic@bbs.edu.rs

Miloš Pavlović

Belgrade business school – Higher education institution for applied studies, Belgrade, Republic of Serbia
milos.pavlovic@bbs.edu.rs

Abstract:The modern way of doing business, which implies public and transparent business, emphasizes the need for transparent, timely and reliable financial statements of companies. However, the management company is often inclined to formulate a company's financial statements, in line with the company's goals and trying to show corporate performance in a more positive light, in order to gain the reputation of a stable investment grade company with a certain development of the company in perspective, desirable and safe for investment by investors. Consequently, financial management often deviates from international and national accounting regulations, the application of which would lead to true and objective balancing. Such "bogus" balances create the current result for the company, in order to cause distrust of their clients, potential investors, banks, their entire business environment over a longer period of time. This further creates a wave of distrust in the financial market of the national economy, especially if it is fragile in the development phase when it can slow it down. Consequences of "creative" financial reporting are far-reaching with multiple negative effects on all participants in the economy, as well as the entire national economy, as well as the economy at the global level.

“KREATIVNO” FINANSIJSKO IZVEŠTAVANJE I NJEGOVE POSLEDICE ZA POJEDINE SUBJEKTE

Gordana Stojmenović

Beogradska poslovna škola- Visoka škola strukovnih studija, Beograd, Republika Srbija, Beograd
gordana.stojmenovic@bbs.edu.rs

Tatjana Mrvić

Beogradska poslovna škola- Visoka škola strukovnih studija, Beograd, Republika Srbija, Beograd
tatjana.mrvic@bbs.edu.rs

Miloš Pavlović

Beogradska poslovna škola- Visoka škola strukovnih studija, Beograd, Republika Srbija, Beograd
milos.pavlovic@bbs.edu.rs

Rad je rezultat naučno-istraživačkog rada u okviru projekta III 47023 „Kosovo i Metohija između nacionalnog identiteta i evrointegracija“ koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

Rezime:Savremeni način poslovanja kompanija, koji podrazumeva javno i transparentno poslovanje ističe i potrebu za transparentnim, blagovremenim i pouzdanim finansijskim izveštajima kompanija. Međutim, menadžment kompanija je često sklon da oblikuje finansijske izveštaje kompanije, u skladu sa ciljevima kompanije i nastojanjem da se kompanijsko poslovanje prikaže u pozitivnijem svetlu, radi dobijanja reputacije stabilne kompanije investicionog ranga sa izvesnim razvojem kompanije u perspektivi, poželjne i sigurne za ulaganje investitora. Shodno tome, finansijski menadžment često odstupa od međunarodnih i nacionalnih računovodstvenih propisa, čija bi primena dovela do istinitog i objektivnog bilansiranja. Takvi „lažni“ bilansi, stvaraju trenutni rezultat za kompaniju, da bi u dužem vremenskom periodu izazvali nepoverenje njihovih klijenata, potencijalnih investitora,

banaka, celokupnog njihovog poslovnog okruženja. To dalje stvara talas nepoverenja u finansijsko tržište nacionalne ekonomije, naročito ukoliko je ono krhko u fazi razvoja kada ga ono može i usporiti. Posledice „kreativnog“ finansijskog izveštavanja su dalekosežne sa višestrukim negativnim dejstvom na sve učesnike u privredi, kao i na celokupnu nacionalnu ekonomiju, pa i ekonomiju na globalnom nivou.

UVOD

Praksa „kreativnog“ finansijskog izveštavanja, koja je praćena manipulacijama u finansijskim izveštajima, javlja se kao pretnja, ne samo renomeu računovodstvene profesije, već je ona, kao pretnja stabilnom funkcionisanju finansijskog sistema i privrede u celini i na nacionalnom i na globalnom (internacionalnom) nivou, i mnogo više od toga.

“Kreativno” finansijsko izveštavanje i davanje iskrivljene slike o uspešnosti poslovanja kompanija dovelo je do velikih finansijskih prevara s kraja prošlog i početkom ovog veka (npr. Enron, WorldCom, HealthSouth), neefikasnosti tržišta novca i kapitala, destabilizacije finansijskih sistema, što je rezultiralo svetskom ekonomskom i finansijskom krizom. Dodatno, posledicu takvog načina izveštavanja i izazvanih enormnih gubitaka i bankrotstava, lomova nacionalnih privreda predstavlja i gubitak poverenja investitora i drugih korisnika informacija iz izveštaja o poslovanju u kvalitet finansijskog izveštavanja.

Radi sprečavanja takvih pojava veoma je bitno sveobuhvatno sagledati posledice koje “kreativno” finansijsko izveštavanje ima za investitore, samo preduzeće, računovodstvenu profesiju, tržište kapitala, celokupnu nacionalnu i globalnu ekonomiju što je i opredelilo istraživanje i temu koja se razmatra u radu.

1. POSLEDICE “KREATIVNOG” FINANSIJSKOG IZVEŠTAVANJA

“Kreativno” finansijsko izveštavanje menadžment najčešće čini da bi ostvario neke pojedinačne koristi kompanije za koju se formira. Takvo izveštavanje se uglavnom nasuprot tome ispoljava na štetu drugih interesnih grupa. Posmatrajući posledice “kreativnog” finansijskog izveštavanja u dugom roku, najčešće ih trpe učesnici u poslovanju korisnici tih i takvih informacija iz izveštaja o poslovanju, praktično oni koji u finansijskim prevarama nisu učestvovali. Štete koje budu nastale tom prilikom mogu biti direktne i merljive visinom ostvarenih gubitaka ili visinom izgubljenih dobitaka, ali i indirektne, izvesne ali ne lako merljive u smislu posledica koje prouzrokuju. Izgubljeni prinosi akcionara u vidu dividendi i kapitalnih dobitaka, oportunitetni troškovi u vidu izgubljenih prinosa od najbolje odbačene investicione alternative su dobri primeri izvesnih ali ne lako merljivih šteta.

Posledice „kreativnog“ finansijskog izveštavanja mogu da budu veoma neprijatne, a ponekad i dramatične. Najčešće su one višestruke, utiču na različite interese i nisu uvek adekvatno procenjene. Kao najčešće moguće negativne implikacije navode se:¹⁹⁹

- smanjena pouzdanost, kvalitet, transparentnost i integritet procesa finansijskog izveštavanja;
- rizik integriteta i nepristrasnosti revizijske profesije, revizora i revizorskih kuća;
- sumnja u efikasnost revizije finansijskih izveštaja
- rizik integriteta i nepristrasnosti rejting ocenjivača uspešnosti poslovanja različitih entiteta: države, kompanija, banaka, ..., njihovih perspektiva i mogućih bankrotstva, njihovih emitovanih hartija od vrednosti samim tim i rejting agencija;
- stvaranje manje poverenje u pouzdanost finansijskih informacija (stvaranje tzv ”iskrivljenih” slika o poslovanju);
- manji kredibilitet tržišta kapitala, samim tim i stvaranje nepoverenja kod investitora u odnosu na rizičnost plasmana i stabilnost finansijskog tržišta;
- negativan uticaj na nacionalni ekonomski razvoj i prosperitet;
- velika nerešena potraživanja i pokrenuti sudski postupci koji stvaraju dodatne troškove po tom osnovu;
- uništena karijera lica koja učestvuju u lažnom finansijskom izveštavanju kao i kod lica koja su formirali svoje revizorske izveštaje i/ili rejting ocene na osnovu takvih podataka;
- stečaj i veliki ekonomski gubici kompanije koja učestvuje u lažnom finansijskom izveštavanju;
- potreba za implementiranjem zakonskih odredbi, dodatnom normativnom intervencijom i zakonskom usklađenošću;

¹⁹⁹ Dyckman, Davis, Dukes (2001) *Intermediate Accounting, fifth edition*, McGraww-Hill, str.1304

- poremećaj normalnog poslovanja i aktivnosti optuženih kompanija i sl. Na bazi predhodnih negativnih implikacija, može se u najkraćem smislu reći da najveću štetu podnose:200
- investitori,
- kompanije u kojima je otkriveno “kreativno” finansijsko izveštavanje,
- računovodstvena, revizorska profesija i profesija rejting analitičara,
- finansijsko tržište naročito tržište kapitala.

1.1. POSLEDICE PO INVESTITORE

Budući da su svim interesnim grupama njihove štete najbolnije, teško je rangirati interesne grupe po veličini šteta koje trpe po osnovu pogrešnih informacionih signala iz nekvalitetnih finansijskih izveštaja. Međutim, u većini slučajeva investitori su ti koji snose najveće posledice, ukoliko se sagleda veličina izgubljenih prinosa i uloženog kapitala. Najveću posledicu “kreativnog” finansijskog izveštavanja trpe investitori kompanija sa disperzijom vlasništva kao i mali akcionari u kompanijama gde postoji jedan ili nekoliko krupnih vlasnika.

Kod “kreativnog” finansijskog izveštavanja posebno su obmanuti oni ulagači u preduzeće koji su zbog lažne slike o finansijskoj situaciji i zarađivačkoj sposobnosti preduzeća pristupali ulaganju u preduzeće za koje se kasnije ispostavilo da je primenjeno “kreativno” finansijsko izveštavanje. Kreditori i ostali poverioci trpe dvostruke gubitke: u iznosu neostvarenih prihoda po osnovu prinosa od plasmana svojih novčanih sredstava i u iznosu nenaplaćenih potraživanja, tj. onih potraživanja koja ne mogu biti pokrivena iz stečajne mase. Da su bilansi bili realni i objektivni, investitori npr. možda ne bi vršili plasmane svojih sredstava u tu kompaniju niti njene konkretne projekte ili njene emitovane hartije od vrednosti koje prodaje na finansijskom tržištu, a dobavljači ne bi takvoj kompaniji prodali svoju robu na odloženo plaćanje i sl. Ne treba zaboraviti ni gubitke zaposlenih u visini neisplaćenih zarada i gubitaka posla, gubitke države zbog nenaplaćenih poreza i sl. Treba dodati da štete trpe i akcionari te kompanije po osnovu izgubljenih dividendi, ili u vidu kapitalnih gubitaka koji nastaju kao posledica pada vrednosti akcija. Sve ove štete mogu se meriti visinom oportunitetnog troška po osnovu ponuđenih a odbačenih boljih alternativa.

U okviru razmatranja posledica po investitore treba ukazati i na fenomen informacione asimetrije koji se izražava, kako je već naglašeno, u informaciono nejednakom položaju samih investitora pri donošenju investicionih i drugih odluka.²⁰¹ Informaciona asimetrija pre svega utiče na kvalitet investicionih odluka. Samim tim se stvara problem pojave informacionog rizika usled donetih proteklih odluka. Implikacije pogrešno donetih odluka zasnovanih na asimetričnim informacijama, po pravilu su neprijatne za investitore, ali i za širu javnost. Izražavaju se u vidu nepovoljnih efekata po prinostni i finansijski položaj preduzeća, lošu alokaciju kapitala, izbegavanje dividende akcionara, gubicima kreditora po osnovu neiskorišćenih kamata i sl.²⁰²

2. POSLEDICE PO KOMPANIJE

Stvarajući „kreativnim“ finansijskim izveštavanjem lažnu sliku o svojoj uspešnosti i kreditnoj sposobnosti kompanije takođe trpe posledice toga. Kompanije u kome je otkrivena primena “kreativnog” finansijskog izveštavanja „kaznu“ za prevare u izveštavanju plaća, nekada lakše – nagomilanim dugovanjima (obavezama) i nelikvidnošću, a nekada teže – svojom nesolventnošću i bankrotstvom. Bilo kako neminovno je gubitak reputacije kompanije, gubitak poverenja investitora, otežano pribavljanje kapitala ili nabavljanje kapitala na finansijskom tržištu po mnogo višoj ceni kapitala koja nosi sa sobom rizik plasmana u tu kompaniju u budućem periodu. Činjenica je da posle obelodanjivanja manipulacija u finansijskim izveštajima većina preduzeća ipak doživi stečaj, kao i da ukoliko „prežive“ one se veoma teško oporavljaju.

Primeru radi, kompanija Qwest Communications International morala je po nalogu SEC-a da plati kaznu od 250 miliona dolara zbog prevara u izveštavanju s ciljem obmanjivanja javnosti. Izgubljenu reputaciju kao i preko potreban kapital u takvim uslovima je teško nadoknaditi. Logičan gubitak poverenja investitora i povećan rizik investiranja značajno uvećavaju troškove kapitala, podižući istovremeno i kriterijum rentabilnosti. Praprte pojave

²⁰⁰ Isto str.1304.

²⁰¹ Krstić, J. (2010) *Finansijsko izveštavanje u funkciji smanjenja informacione asimetrije kod donošenja investicionih odluka*, Ekonomske teme, br. 4, Niš, str. 18.

²⁰² Malinić, D. (2008) „Finansijsko izveštavanje kao determinanta kvaliteta korporativnog upravljanja“, Kopaonik biznis forum na temu: „Tranzicija, dostizanje EU i povezane teme“, Kopaonik, str. 330.

finansijskih skandala povezanih sa manipulacijama u finansijskim izveštajima su drastično poremećena finansijska struktura, veliki pad u tržišnoj kapitalizaciji i najčešće izgubljen prvi ešalon menadžera.

Posledice “kreativnog” finansijskog izveštavanja po preduzeće i po investitore možemo sagledati na primeru 12 kompanija koje su bile učesnici velikih finansijskih skandala, i to šest iz USA i šest iz Evrope.

Tabela br. 1 Posledice “kreativnog“ finansijskog izveštavanja po preduzeće i investitore²⁰³

Kompanija	Glavna delatnost	Ključni događaji računovodstvenih skandala		Manifestovane neregularnosti	Vremenski Period	Gubici u tržišnoj vrednosti u mlrd \$	% smanjenja u tržišnoj kapitalizaciji
SAD							
Enron	Gorivo i energija	16.10.01	Naplata od 544 miliona \$ za okončanje nekoliko objavljenih SPE.	Precenjena zarada. Potcenjena zaduženost	28.09.- 28.11.2001	20	98%
		08.11.01	Dobici za period 1997-2001. ponovo utvrđeni kako bi se konsolidovalo nekoliko entiteta za posebne namene (SPE).				
		02.12.01.	Podnet zahtev za stečajem iz Poglavlja 11				
		2002-2003	Generalni direktor Skilling, finansijski direktor Fastou i Predsednik Lei optuženi za prevaru.				
WorldCom	Telekomunikacione usluge	11.03.02	SEC (Komisija za hartije od vrednosti) započela ispitivanje računovodstva WorldCom-a. Kreditni rejting ukinut.	Procenjena zarada pod uticajem nepodesnog tretmana gubitka pri akviziciji i kapitalizacije rashoda	09.03.- 09.05.2002	22	83%
		22.04.02.	Neregularno računovodstvo prizavanje rashoda (kao investicija – D.M.) od 3,8 milijardi \$.				
		25.06.02.	Podnet zahtev za stečajem.				
		21.07.02.	Generalni direktor Ebers i finansijski direktor Saliven osuđeni za prevaru.				
Adelphia Communications	Kablovske telekom. usluge	27.03.02.	Objavljeno postojanje prethodno neuknjiženih obaveza.	Potcenjeni dugovi i precenjena EBITDA	24.03.- 02.05.2002	2,48	70%
		Maj 02.	Objavljeno potcenjivanje zaduženosti za 3.1 milijardu \$.				
		25.06.	Podnet zahtev za stečajem. Generalni direktor Dzon Rigas				

²⁰³ Grant, M. i M. Visonti (2006) The Strategic Background to Corporate Accounting Scandals, Long Range Planning, str. 369-372.

		02. Jul 04.	i njegovi sinovi, Majkl (podpredsednik) i Timoti, finansijski direktor, optuženi za zaveru, bankovnu prevaru i prevaru sa hartijama od vrednosti. Džon i Timoti proglašeni krivima.				
Global Crossing	Telekom. Infrastruktura	09.10. 01. 11.10. 01. 28.01. 02. 08.02. 02. 21.10. 02. 11.04. 05.	Izdato profitno upozorenje Kreditni rejting ukinut Podnet zahtev za stečajem Objavljeno ispitivanje SEC-a. Ponovno utvrđivanje prihoda kako bi se eliminisao uticaj svopa prethodno uknjiženog kao prodaja. Tri bivša izvršna direktora (uključujući generalnog i finansijskog) platila kazne SEC-u u iznosu od 100.000 \$	Precenjani zarada, imovina i kapital neadekvatnim priznavanjem prihoda	03.10.- 03.12.2001 .	1,7	91%
HelthSouth	Zdravstvo	27.08. 02. 19.09. 02. Mart-april 2003. 31.03. 03. 27.04. 05	Objavljeno opadanje profita i ostavka generalnog direktora R. Skrajsija nakon istrage DOJ-a o lažnom fakturisanju. Objavljena istraga SEC-a. Jedanaestoro aktuelnih i bivših izvršnih direktora optuženo za prevaru. Predsednik i generalni direktor Skrasi otpušten. Objavljena ponovno utvrđena vrednost kapitala koja je opala za 3,8 do 4,6 milijardi \$	Precenjena zarada i kapital	26.08.- 26.10.2002 .	2,6	70%
AOL Time Warner	Mediji	25.07. 02. 15.08. 02. 23.10. 02 04. neve mbar	Objavljeno ispitaivanje SEC-a. Priznato 49 miliona \$ prihoda od pogrešno obračunatog oglašavanja Ponovno utvrđeni prihodi 2000-2002. (-\$190m) i dobitak (-\$97m) Objavljeno dodatno opadanje dobitaka usled nekorektnog konsolidovanja	Precenjena zarada i prihodi	07.07.- 07.09.2002 .	9,1	7,4%
EVROPA							
Parmalat	Prerad	27.02.	Kompanija zvanično	Potcenjeni	18.10.-	1,7	91%

	a mleka i hrane	03. 10.11. 03. 08.12. 03. 15.12. 03. 19.12. 03. 24.12. 03. 26.01. 04.	demantuje glasine o finansijskoj nestabilnosti. Odgovarajući na ispitivanja italijanskog regulatornog tela, Parmalat dostavlja detalje o svojoj podružnici na Kajmanskim ostrvima. Nije ispunjena obaveza otplate duga. Predsednik, finansijski direktor i dva člana odbora daju ostavke; određeno da Bondi vodi novi izvršni komitet. Nepostojanje 3,9 milijardi €. Prijavljen depozit u banci na Kajmanskim ostrvima. Proglašen stečaj Parmalata. Ponovno utvrđeni rezultati za 2002: prodaja smanjena za 1,5 milijardi €, profit smanjen za 0,6 milijardi €, dug porastao sa 1,8 na 14,3 milijardi €.	dugovi. Prihodi i zarada precenjeni.	18.12.2003 .		
Royal Ahold	Malop ro- dajni super ma- rketi	24.02. 03. Maj 03. Jul 04. Oktob ar 04.	Objavljeni dobitci u SAD-u precenjeni za \$500 miliona i sumnjive transakcije u Latinskoj Americi; Generalni direktor Siz van der Hoven daje ostavku. Ponovno utvrđivanje narednih dobitaka usled neregularnosti u Topps Markets (podružnica u SAD- u) Dva izvrša direktora u podružnici US Foodservice osuđena za manipulisanje dobicima radi povećanja bonusa Četiri izvrša direktora, uključujući bivšeg generalnog i finansijskog direktora, optuženi za prevaru.	Precenjena zarada	21.02.- 21.04.2003	9,2	69%
Vivendi universal	Mediji i teleko mu- nikacij e	Jul 02.	Moody's obezbeđuje dug Vivendija na nivo špekulativnih (junk) obveznica; Glasine o mogućoj računovodstvenoj prevari; Generalni direktor Mesier daje ostavku.	Precenjena zarada	03.05.- 03.07.2002 .	16	59%

		Dece mbar 03.	SEC nameće kazne Mesieru i Hanezu (finansijskom direktoru) zbog prikrivanja cash flow-a i problema za likvidnošću i podešavanja računovodstvenih rezervi kako bi zadovoljile ciljeve iskazivanja EBITIDA.				
Cirio Finanziari a	Prerad a hrane	Oktobar 02. 03.11.02. 19.11.02. 21.11.02. 11.02.04. 26.02.04.	Cirio kritkovan zbog “neobičnog” knjigovodstva pri prodaji fudbalera Lacia Neizmirenje isplate obeznica sa rokom dospeća od dve godine u iznosu od €150 miliona. Neizmirenje duga od 1 milijarde € po osnovu obveznica. Milaska berza suspenduje listing Ciria; podnet zahtev za stečajem Ciria. Predsednik Karnjoti i njegov sin Andrea u zatvoru. Italijanski sud za prekršaje istražuje nelegalan transfer sredstava iz kompanje Cirio u SS Lazio	Precenjena imovina	16.09.-16.11.2002	0,295	86%
Elan	Farma ce- utski proizv odi	18.01.02. 05.02.02. 09.02.02. Jul 02. 16.09.03.	Obustavljeno testiranje leka za Alchajmerovu bolest. Američki investitori podnose molbu za intervencijom usled prikrivanja finansijskih podataka. SEC ispituje zaduženja izvan bilansa putem posebnih entiteta. Predsednik i generalni direktor daju ostavke. Ponovo utvrđeni finansijski rezultati za 2002.	Nekonsolid ova-nje zavisnih preduzeća, precenjena zarada i kapital	01.02.-01.04.2002	3,8	47%
Alstom	Inženj ering	12.03.03. Maj 03. 01.07.03. 22.08.	Alstom objavljuje gubitak od 1,4 milijardi €. Predsednik Bilger daje ostavku. Francuska policija ispituje Bilgera zbog nelegalnih plaćanja. Objavljeni gubici američke podružnice potcenjeni za €53m Banke omogućuju kredit od	Precenjena zarada	11.03.-11.05.2003	1,7	62%

		02.	3,7 milijardi € i francuska vlada sprečava stečaj.				
		27.08.	Gradanskom klasom				
		03.	intervencijom Alstom i njegovi viši izvršni direktori proglašeni loše informisanim investitorima				

Na osnovu prikazane tabele posledica “kreativnog” finansijskog izveštavanja možemo izvući nekoliko važećih zaključaka.

Prvo, bez obzira na čvršći nadzor nad finansijskim izveštajima i jače uloge države u tom procesu u odnosu na SAD, očigledno je da ni jedna zemlja nije u tom smislu potpuno bezbedna. U tom kontekstu prikazivanje šest kompanija iz SAD i šest kompanija iz Evrope nije sračunato na to da izjednači veličinu rizika u različitim delovima sveta, već da pokaže da ni jedna zemlja nije imuna na posledice računovodstvenih manipulacija.

Drugo, “kreativno” finansijsko izveštavanje može biti prisutno u različitim oblastima i različitim preduzećima. Interesantno je pri tome da se one veoma često vezuju za preduzeća koja su se veoma dobro kotirala na tržištu. Nije lako i meriti koliko je “kreativno” finansijsko izveštavanje doprinelo tako dobroj kotaciji.

Treće, brojna su područja računovodstvenih prevara koja su uzrokovala defektnost finansijskih izveštaja. Primera radi, Enron nije adekvatno konsolidovao svoje izveštaje, WorldCom je aktivirao 3,8 milijardi dolara rashoda koji predstavljaju tipične rashode perioda, kompanija Adelphia Communications je umanjila zaduženost za 3,1 milijardu dolara, kompanija HealthSouth je procenila kapital između 3,8 i 4,8 milijardi dolara, Parmalat je procenio prodaju za 1,5 milijardi evra, profit za 0,6 milijardi evra, dok je dug bio potcenjen za 12,5 milijardi evra itd.

Četvrto, kao posledica ovakvih manipulacija dolazilo je do procenjivanja imovine, prihoda, dobitka i kapitala, potcenjivanja obaveza, potcenjivanje zaduženosti, što je sve uticalo na povećanje izloženosti preduzeća poslovno-finansijskim rizicima.

Peto, posledice ovakvih manipulisanja u finansijskim izveštajima bile su katastrofalne. U samo dva meseca pre kraha gubici u tržišnoj vrednosti preduzeća merili su se milijardama dolara (u jedanaest od dvanaest kompanija gubici su bili veći od jedne milijarde dolara, dok su u pet kompanija bili veći od pet milijardi), dok je jednako dramatično procentualno smanjenje u tržišnoj kapitalizaciji koje je veće od 60% u slučaju devet od ukupno dvanaest kompanija. Na osnovu ovoga možemo izvući zaključak da sve ovo ukazuje na veličinu gubitaka investitora, ali i na težinu oporavka preduzeća koja prežive ovakve potrese.

1.3. POSLEDICE PO RAČUNOVODSTVENU PROFESIJU

Računovodstvena profesija predstavlja još jedno područje koje oseća posledice “kreativnog” finansijskog izveštavanja. Uprkos tome što profesija ulaže ogromne napore u procesu postavljanja kvalitetne profesionalne regulative, nemogućnost da se razviju savršena pravila, njihovo “kreativno” tumačenje i onda kada su dobro postavljena, neprofesionalna primena i neetičko ponašanje menadžera, računovođa i revizora podržavaju te napore, nanoseći štetu profesiji, a dugoročno i sebi samima. Kao neminovna posledica je gubitak poverenja u kvalitet sistema finansijskog izveštavanja i pouzdanost revizorskog mišljenja i rejting ocenjivanja.

Za svaku kreditnu rejting agenciju i njene analitičare postoji dodatni rizik informacija i izveštavanja. U meri u kojoj agencija veruje da takav rizik postoji ona odlučuje da li će dodeliti rejting kompaniji ili revidirati već dodeljeni rejting. Zbog takvih vrsta rizika ona se najčešće oslanja na finansijske izveštaje koji su podlegli reviziji. Jedino tako ona je sigurna da sa manje rizika može da izmeri učinak kompanije i njenu poziciju u odnosu na druge kompanije. Dodatno uporedivost između njih poboljšava uvođenje međunarodnih računovodstvenih standarda (MRS). Inače kreditne rejting agencije često izražavaju zabrinutost vezanu za finansijske izveštaje jer su oni sve teži za razumevanje, a sve manje verodostojni i korisni analitičarima i investitorima, što potvrđuje činjenica da su u praksi visoko rangirane doživele bankrotstvo. Zbog toga su kreditne rejting agencije pored toga što se oslanjaju na revidirane finansijske izveštaje uvele u svoj analitički proces i obavezno prilagošavanje inicijalnih podataka svojih klijenata. Namera takvih brojnih kvantitativnih prilagošavanja je da dovedu do veće usklašenosti parametara i obezbede uporedivost i tačnost informacija kao i formiranje adekvatnih realnijih rejting ocenjivanja kompanija.

Zbog gubitaka kredibiliteta računovodstvene profesije dolazi do povećanja troškova korisnika računovodstvenih informacija, jer moraju gotovo uvek da procenjuju kvalitet informacija koje su iskazane u

finansijskim izveštajima i ne mogu da garantuju iskazan kvalitet. Praktično kvalitet finansijskog izveštavanja je prisutan u meri u kojoj performanse iskazane u finansijskim izveštajima odgovaraju ekonomskoj stvarnosti. To podrazumeva analizu dopustivosti rešenja u standardima i proučavanje načina i posledica primene takvih rešenja, pre svega po kvalitet i dobitak, a zatim i analizu periodizacije tokova vrednosti, analizu kvaliteta revizije i analizu kvaliteta obelodanjivanja. Kao potrebne aktivnosti koje treba sprovesti navode se: detaljnije sagledavanje prihoda i rashoda, odvajanje povremenih (prolaznih) od stabilnih dobitaka i gubitaka, procena opravdanosti rezervisanja, ispitivanje (ne) opravdanosti kapitalizovanja rashoda, ispitivanje potencijalnih obaveza u vanbilansnoj evidenciji, sagledavanje efekata mnogih sudskih sporova i dr.

Treba napomenuti da prednost u čitanju finansijskih izveštaja imaju profesionalni finansijski analitičari u odnosu na računovodstveno needukovane korisnike informacija. Jednaka dostupnost informacija iz finansijskih izveštaja svim investitorima, koja je zakonom obezbeđena, suštinski biva relativizirana nejednakom mogućnošću njihovog razumevanja.

1.4. POSLEDICE PO TRŽIŠTE KAPITALA

Uspešno funkcionisanje tržišta kapitala zahteva jednaku informisanost, poverenje i sigurnost investitora. Obelodanjivanje finansijskih izveštaja treba da bude u funkciji podizanja javnosti i transparentnosti procesa na tržištu kapitala, podizanje informacione ravnopravnosti i povećanja sigurnosti učesnika na tržištu (u smislu nudića informacija koje mogu otkriti postojanje rizika). Transparentni i kvalitetni izveštaji doprinose efikasnoj alokaciji kapitala, olakšavaju protok kapitala, čine jednostavnijim priliv stranih investicija, stimulišu kontinuiran promet hartija od vrednosti i doprinose ravnomernijoj raspodeli bogastva tako što smanjuju mogućnost stvaranja neuobičajno visokih dobitaka za jedne i račun drugih učesnika. Tako izgrađeni sistem finansijskog izveštavanja povećava stabilnost tržišta kapitala i doprinosi jačanju poverenja u tržište kapitala.

Navedene činjenice važiće samo u slučaju postojanja kvalitetnog sistema finansijskog izveštavanja. Međutim, brojne manipulacije u finansijskim izveštajima širom sveta, bile su, ne retko, povezane sa primenom kreativne računovodstvene prakse koja je imala za posledicu dovođenje u zabludu različitih interesnih grupa. Pad cena akcija, strukturirani finansijski instrumenti visoko rangirani bez vrednosne podloge, finansijsko tržište bez dovoljno regulative, nepouzdana informacije, ogromni gubici investitora, smena menadžmenta, porast troškova kapitala, otežano privlačenje dodatnog kapitala, ugrožavanje interesa kreditora i poslovnih partnera i opasnost od bankrotstva su samo deo prateći posledica “kreativnog” finansijskog izveštavanja.²⁰⁴

Čak i najrazvijenija tržišta kapitala mogu biti meta napada “kreativnog” finansijskog izveštavanja i da dođe do ozbiljnijih finansijskih kriza i poremećaja u njihovom funkcionisanju. Smanjenje investicija, društvenog proizvoda i zaposlenosti takođe su prateće pojave koje ostavljaju posledice po funkcionisanje nacionalne privrede. Poznato je da smanjenje zainteresovanosti za ulaganja, koje nastaje kao posledica nesigurnosti, povećani rizici i neefikasno tržište kapitala usporavaju privredne tokove. Dakle, finansijsko izveštavanje može doprinosti ili ugrožavati stabilnost poslovno-finansijskog ambijenta, iz čega bi smo mogli izvući zaključak da kvalitetni izveštaji nisu samo interes investitora i računovodstvene profesije, već i interes regulatornih tela i relevantnih državnih institucija.

Na osnovu prethodno navedenog, za svakog finansijskog analitičara prvi korak treba da bude pažljiva procena kvaliteta informacija sadržanih u računovodstvenim izveštajima. Na osnovu ponuđene računovodstvene informacije, analitičari bi trebalo da razumeju ponuđene računovodstvene podatke, odnosno da otkriju šta se iza njih nalazi. Takođe neophodna je procena svih podataka dobijenih iz finansijskih izveštaja kako bi se izvršila procena kvaliteta dobiti. Prvo je neophodno identifikovati da li postoje elementi “kreativnog” finansijskog izveštavanja, kada treba preurediti finansijske izveštaje i učiniti ih podesnim za finansijsku analizu. Investitori trebaju respektovati razlike u kvalitetu iskazanih dobitaka i uzimati ih u obzir u određivanju implikacija iskazanog dobitka na cene akcije. Nakon toga, u iskazanom dobitku, treba prepoznati i odvojiti komponente koje su stabilne i održive od onih koje su tranzitorne, te ih kao takve treba uključiti u oceni kvaliteta dobiti.

²⁰⁴ Sve ovo jasno je vidljivo u prethodnoj tabeli, gde vidimo prkaz izazvanih finansijskih skandala.

ZAKLJUČAK

Zbog navedenih i ostalih posledica računovodstvena praksa i teorija, konstantno nastoje da se prilagođavaju promenama u načinu poslovanja i formulišu pravila čija će primena dovesti do sastavljanja i prezentovanja finansijskih izveštaja primerenih promenama i novim potrebama korisnika. Neka od definisanih pravila od samog postaojanja računovodstva imaju svoju primenu i u današnjim uslovima, neka su preoblikovana a neka su potpuno nova. Sem toga, zbog sve veće javnosti i transparentnosti poslovanja, povećanog stepena odgovornosti kompanija u odnosu na društvo i državu, sve više rastu zahtevi korisnika informacija iz izveštaja za objavljivanjem sve većeg broja informacija. Prilagođavajući se zahtevima korisnika danas se, pored osnovnih izveštaja u obliku bilansa stanja i bilansa uspeha, formiraju i Izveštaj o novčanim tokovima i Izveštaj o promenama na kapitalu, napomene uz finansijske izveštaje. Uz formiranje novih izveštaja o poslovanju kompanija potrebno je stvoriti i dobru normativnu osnovu kao i njihovu adekvatnu primenu da bi se obezbedilo kvalitetno finansijsko izveštavanje i vratilo poverenje korisnika u informacije koje su sadržane u njima. Zbog nesagledivih posledica koje „kreativno“ finansijsko izveštavanje reflektuje evidentna je i potreba države i profesionalnih organizacija da se ono spreči ili bar svede na najmanju moguću meru i postanu relevantni za sve korisnike njihovih podataka.

LITERATURA

- [1] Amat, O., Blake, J. and J. Dowds (1999). *The ethics of creative accounting*, Economics Working Paper, Journal of Economic literature classification: M41.
- [2] Djukić, T. And M. Pavlović, (2014). Creative accounting and cash flow reporting, Facta Universitatis: Series Economics and Organization, Vol 11, No3, University of Niš.
- [3] Dyckman, Davis, Dukes (2001) *Intermediate Accounting*, fifth edition, McGraww-Hill
- [4] Grant, M. i M. Visonti (2006) *The Strategic Background to Corporate Accounting Scandals*, Long Range Planning
- [5] Grant, M. i M. Visonti (2006) *The Strategic Background to Corporate Accounting Scandals*, Long Range Planning, str. 369-372.
- [6] Krstić, J. (2009), „*The Role of Forensic Accountants in detecting Frauds in Financial Statements*“, Facta Universitatis, Series: Economics and Organization, str.295-302.
- [7] Krstić, J. (2010) *Finansijsko izveštavanje u funkciji smanjenja informacione asimetrije kod donošenja investicionih odluka*, Ekonomske teme, br. 4, Niš
- [8] Malinić, D. (2008) „*Finansijsko izveštavanje kao determinanta kvaliteta korporativnog upravljanja*“, Kopaonik biznis forum na temu: „Tranzicija, dostizanje EU i povezane teme“, Kopaonik
- [9] Montgomery, D., Beasley, M., Menelaides, S. and Z. Palmrose (2002) „*Auditors? New Procedures for Detecting Fraud*“, Journal of Accountancy, str. 63.

FINANCIAL INNOVATIONS AS A POSSIBLE SOURCE OF ECONOMIC INSTABILITY

Slobodan Cvetanović

University of Niš, Faculty of Economics, Republic of Serbia, slobodan.cvetanovic@eknfak.ni.ac.rs

Sretko Ribac

High School of Professional Studies in Blace, s.ribac@mail.com

Dušan Cvetanović

Interalum, Ljubljana, Republic of Slovenia, dusan.cvetanovic@ymail.com

Summary: The financial sector has developed more intensely in comparison with the real one in the period of globalization. Over the past twenty years, international cash flows have been more than thirty times more pronounced than the value of commodity exchange. With money moving across borders in almost uncontrolled amounts, the ability of national monetary authorities to control their own financial system has been significantly reduced. Financial globalization has allowed the realization of significant benefits to individual countries, to savers and investors. However, it radically transformed the market structure, made new risks and challenges for all market participants and creators of macroeconomic policies. In conditions of financial liberalization, potential investors are no longer confronted with numerous limitations of borrowing funds. Financial globalization has enabled participants in financial markets to choose different financial instruments in an effort to minimize potential risks. Numerous factors have contributed to the deregulation and globalization of the financial sector, among which are those distinguished by their significance: advancement of information technology, liberalization of national financial markets and competition between financial service providers. The development of information and communication technology has enabled market participant and monetary authorities to collect and process information that they need to measure, monitor and manage financial risks. Thanks to the developed range of new information technologies, it is possible to inform about prices and trade with numerous financial instruments, many of which are the result of deregulation and globalization of the financial sector. Liberalization of national financial markets in the combination with the strong improvements of information and communication technologies, on the one hand, and the globalization of national economies, on the other hand, accelerated financial innovation and induced international capital mobility. The globalization of financial mediation partially responded to the demand for mechanisms that mediate in trade of financial services and liberalized the rules for the entry of foreign financial institutions into domestic financial markets. The competition between the providers of intermediary financial services is a consequence of financial liberalization and technological innovations. In many countries, the authorities have mitigated regulations on institutions that have the right to deal with the provision of financial services through the regulatory mechanism, enabling the establishment of many, completely new forms of non-banking financial institutions. Investment banks, joint stock companies, mutual funds, insurance companies have begun to provide services that were once traditionally in the competence of banking institutions.

Keywords: financial innovation, financial markets, financial globalization, financial liberalization, financial crisis, economic instability.

FINANSIJSKE INOVACIJE KAO MOGUĆI IZVOR EKONOMSKE NESTABILNOSTI

Slobodan Cvetanović

University of Niš, Faculty of Economics, Republic of Serbia, slobodan.cvetanovic@eknfak.ni.ac.rs

Sretko Ribac

Visoka poslovna škola strukovnih studija u Blacu, s.ribac@mail.com

Dušan Cvetanović

Interalum, Ljubljana, Republika Slovenija, dusan.cvetanovic@ymail.com

Rezime: Finansijski sektor se u vremenu globalizacije razvijao neuporedivo intenzivnije u poređenju sa realnim. Tokom poslednjih dvadesetak godina međunarodni novčani tokovi su bili preko trideset puta izraženiji u odnosu na

vrednost robne razmene. Sa novcem koji se kreće preko granica u gotovo nekontrolisanim iznosima, sposobnosti nacionalnih monetarnih vlasti da kontrolišu sopstveni finansijski sistem su značajno smanjene. Finansijska globalizacija je omogućila realizaciju značajnih koristi pojedinim državama, štedišama i investitorima. Međutim, ona je radikalno transformisala tržišnu strukturu, kreirala nove rizike i izazove za sve tržišne učesnike i kreatore makroekonomske politike. U uslovima finansijske liberalizacije potencijalni investitori više nisu suočeni sa brojnim ograničenjima u pozajmljivanju finansijskih sredstava. Finansijska globalizacija je omogućila da učesnici na finansijskim tržištima biraju različite finansijske instrumente u nastojanju da minimiziraju potencijalne rizike. Brojni su faktori doprineli deregulaciji i globalizaciji sektora finansija među kojima se svojim značajem izdvajaju: unapređenje informacione tehnologije, liberalizacija nacionalnih finansijskih tržišta, konkurencija između provajdera finansijskih usluga. Razvoj informacione i komunikacione tehnologije omogućio je tržišnim učesnicima i monetarnim vlastima prikupljanje i obradu informacija, koje su im potrebne za merenje, monitoring i menadžment finansijskim rizicima. Zahvaljujući dometima novih informacionih tehnologija moguće je informisati se o cenama i trgovati brojnim finansijskim instrumentima od kojih su mnogi rezultat deregulacije i globalizacije finansijskog sektora. Liberalizacija nacionalnih finansijskih tržišta u kombinaciji sa snažnim usavršavanjima informacionih i komunikacionih tehnologija, s jedne, i ekonomskom globalizacijom, s druge strane, ubrzala je finansijske inovacije i podstakla međunarodnu mobilnost kapitala. Globalizacija finansijskog posredovanja delimično je odgovorila na tražnju za mehanizmima, koji posreduju u trgovini finansijskim uslugama i liberalizovala pravila za ulazak stranih finansijskih institucija na domaća finansijska tržišta. Konkurencija između provajdera posredničkih finansijskih usluga posledica je finansijske liberalizacije i tehnoloških inovacija. Nadležne vlasti su u mnogim državama putem regulacionog mehanizma ublažile propise o institucijama koje imaju prava da se bave pružanjem finansijskih usluga, omogućujući pri tom osnivanje mnogih, potpuno novih oblika nebankarskih finansijskih institucija. Investicione banke, akcionarska preduzeća, uzajamni fondovi, osiguravajuće kompanije su počele da pružaju usluge, koje su nekada tradicionalno bile u kompetenciji bankarskih ustanova.

Ključne reči: finansijske inovacije, finansijska tržišta, finansijska globalizacija, finansijska liberalizacija, finansijska kriza, ekonomska nestabilnost.

1. UVOD

Finansijska globalizacija dovela je do suštinskih promena u strukturi nacionalnih i međunarodnih finansijskih tržišta. Jedna od takvih promena se ogleda u rastućem učešću finansijskog posredovanja putem trgovine hartijama od vrednosti na račun smanjenja bankarskih zajmova i depozita. Finansijske i nefinansijske institucije, kao i štediše i investitori imaju glavnu ulogu u ovom procesu, ali i benefite od ovih aktivnosti. Korporacije i države se takođe, za finansiranje svojih aktivnosti oslanjaju na nacionalna i međunarodna tržišta kapitala. Ovome treba dodati okolnost da su transnacionalne korporacije kao nesumnjivo najvažniji investitor u globalnim relacijama u prethodnim godinama iskazivale spremnost na preuzimanje brojnih rizika u trgovini hartijama od vrednosti. Ovo prvenstveno zbog činjenice što je snažan razvoj informacionih i komunikacionih tehnologija rizike učinilo lakšim za kontrolu. Značajna promena u strukturi finansijskih tržišta, ogleda se u povećanju finansijskih aktivnosti, koje se obavljaju između pojedinih zemalja. Investitori pokušavaju da usklade odnos između rizika i prinosa diversifikacijom svojih portfolia u globalnim razmerama. Oni traže najbolje investicione mogućnosti u različitim oblastima proizvodnje, različitim zemljama i različitim nacionalnim valutama. Transnacionalne korporacije mogu koristiti spektar nacionalnih i međunarodnih tržišta kapitala za finansiranje svojih aktivnosti, a posebno onih koji se odnose na sve brojnije merđere i akvizije. Globalizacija finansijskih tržišta stvorila je globalnim ekonomskim subjektima povoljnije uslove za finansiranje svojih poslovnih aktivnosti. Zahvaljujući toj činjenici, korporacije su mogle realizovati investicije u realnu imovinu jeftinije, dok su finansijski investitori mogli lakše da diversifikuju i interanacionalizuju portfolio rizik u skladu sa vlastitim preferencijama²⁰⁵.

2. FINANSIJSKE INOVACIJE

U ekonomskoj literaturi kao pokretač globalne ekonomske krize 2008 – 2009. godine najčešće se navodi kolaps tržišta hipotekarnih kredita u SAD. Međutim, sve se češće kao uzročnici krize pominju i brojne finansijske inovacije. Najkraće, pod finansijskom inovacijom treba podrazumevati pojavu novih finansijskih proizvoda

²⁰⁵ Cvetanović S., Mladenović, I. (2015) *Ekonomija kapitala i finansiranje razvoja*, Ekonomski fakultet, Niš.

(usluga), tehnologija ili organizacionih formi biznisa, koje omogućavaju smanjenje troškova i/ili rizika ekonomskih subjekata.

Između finansijskih inovacija i ekonomske nestabilnosti postoji uzajamna veza. Finansijske inovacije su prirodna reakcija na promene koje generiše promenljivo okruženje. Kao klasičan primer takvih inovacija mogu poslužiti tržišta evrodolarskih depozita i evroobveznica, koje su se pojavile sedamdesetih godina prethodnog veka kao odgovor na nagli rast inflacije i kamatnih stopa u SAD.

Finansijske inovacije, kao instrument savladavanja neravnoteža u ekonomskoj sredini, ostaju u opticaju i nakon otklanjanja uslova zbog kojih su kreirane, zahvaljujući čemu se stvaraju veoma duboka tržišta novih vrsta finansijskih instrumenata. Zbog toga i same mogu predstavljati značajan izvor ekonomske nestabilnosti.

Do globalne krize 2008 – 2009. godine među istraživačima je preovladavalo mišljenje da finansijske inovacije zahvaljujući boljoj raspodeli rizika u globalu deluju na prevazilaženje privrednih neravnoteža²⁰⁶. Smatrano je da one skupa sa unapređenjem metoda upravljanja realnim ekonomskim tokovima, povećanjem efikasnosti monetarne politike i afirmacijom koncepta transnacionalnosti deluju na smanjenje privrednih neravnoteža²⁰⁷.

Pozitivna uloga finansijskih inovacija u ublažavanju ekonomske nestabilnosti ogleda se u boljem pristupu ekonomskih subjekata kreditu na račun sekjuritizacije. Zahvaljujući sekjuritizaciji, nefinansijske firme su dobile mogućnost da u okviru svoje delatnosti prebace akcenat sa smanjenja volatilnosti finansijskih tokova na obezbeđenje ravnomernijeg rasta proizvodnje. Ovim se izravnavanje oscilacija proizvodnje i investicija u određenom vremenskom intervalu pokazalo kompatibilnim sa rastom volatilnosti finansijskih pokazatelja industrijskih firmi i finansijskih tržišta²⁰⁸. Do početka ekonomske krize 2008–2009. godine izgledalo je da takav kompromis ima stabilnu formu, što je analitičarima skretalo pažnju sa problema nestabilnosti finansijskog sektora. Istraživači poslovnih ciklusa nisu videli ozbiljnu teorijsku protivrečnost u istovremenom smanjenju nestabilnosti stope rasta bruto domaćeg proizvoda i rasta oscilacija dužničkog opterećenja industrijskih kompanija, počev od sredine 1980. godina²⁰⁹. Smatralo se da je visoka volatilnost, rezultat primetnog rasta specifične težine diversifikovanih rizika u strukturi ukupnih rizika. Za razliku od sistematskih rizika, diversifikovani rizici se praktično mogu eliminisati zahvaljujući povećanju broja negativno povezanih instrumenata u investicionom portfelju²¹⁰.

Na rast tržišta izvedenih hartija od vrednosti se takođe gledalo kao na način širenja raspodele rizika. Tome su doprinela brojna empirijska istraživanja odnosa između razvoja tržišta derivata, s jedne, i makroekonomske nestabilnosti u nizu razvijenih zemalja, s druge strane. Po pravilu, bile su konstatovane negativne vrednosti korelacije između standardnog odstupanja vrednosti proizvodnje i investicija i trgovine putem forvard ugovora, svopova, fjučersa i opcija za period 1988–2006. godine²¹¹. Međutim, rast dostupnosti kredita zahvaljujući finansijskim inovacijama se proširio i na sektor domaćinstava, čime je radikalno smanjena nestabilnost potrošnje stanovništva kao komponente bruto domaćeg proizvoda sa daleko najvećim učešćem. Povećana dostupnost kredita dovela do postepenog slabljenja zavisnosti između veličine tekuće potrošnje i prihoda domaćinstava.

Situacija se po napred ekspliciranom pitanju drastično promenila u jesen 2007. godine kada su realne razmere narastajuće finansijske krize već bile sasvim očigledne. Kolaps hipotekarnih kredita izazvao je kritike na račun finansijskih inovacija u SAD i drugim zemljama. Kasniji tok događaja je konačno prinudio istraživače da ulogu finansijskih inovacija ocenjuju u svetlu dodatnog rizika, koji snose investitori. Naime, postalo je sasvim očigledno da je korišćenjem sve složenijih finansijskih inovacija raspodela rizika postala sve manje transparentna, dok je opreznost investitora prilikom korišćenja izvedenih hartija od vrednosti bila na sve nižem nivou²¹².

²⁰⁶ Allen F., Gale D. (1994) *Financial Innovation and Risk Sharing*. Cambridge (MA).

²⁰⁷ Cecchetti S., Flores-Lagunes A., Krause S. (2006) *Assessing the Sources of Changes in the Volatility of Real Growth* //NBER Working Paper № 11946.

²⁰⁸ Wang C. (2006) *Financial Innovations, Idiosyncratic Risk, and the Joint Evolution of Real and Financial Volatilities*. Mimeo.

²⁰⁹ Jermann U., Quardrini V. (2006) *Financial Innovations and Macroeconomic Volatility*//NBER Working Paper № 12038.

²¹⁰ Cvetanović S., Mladenović, I. (2015) *Ekonomija kapitala i finansiranje razvoja*, Ekonomski fakultet, Niš.

²¹¹Tiberiu C. (2007) *The Impact of the New Financial Products on the Volatility of Economic Growth*. Mimeo.

²¹² Hall B. Thoma G. Torrisi S. (2009) *Financial Patenting in Europe* / NBER Working Paper № 14714.

Uticaj finansijskih inovacija na ekonomsku nestabilnost i poslovne cikluse može se posmatrati u zavisnosti od kombinacija inovacija, nastalih u raznim zemljama, klasifikovanih prema visini rizika, prisustvu ili odsustvu pozitivnog uticaja na funkcionisanje kompanija realnog sektora, i tome slično. Struktura finansijskih inovacija će uticati na pojavu i elminisanje neravnoteža u funkcionisanju privrede, odnosno imati uticaja na pojavu ekonomskih kriza.

Sprečavanje nastanka spekulativnih balona uslovljenih sve rafiniranijim finansijskim inovacijama veoma je težak zadatak. Osim toga, treba uzeti u obzir i moguću mutaciju finansijskih inovacija, koje u procesu korišćenja poprimaju spekulativne karakteristike. Tako su se hipotekarne obveznice pojavile u SAD 1970. godina, tzv. sajber hipoteka se desila sredinom 1990. godina. Bilo je potrebno da protekne čitava decenija da taj, u početku uzak segment tržišta obveznica, dostigne značajne razmere i ugrozi stabilnost, najpre finansijskog a potom i realnog sektora. Sličan scenario se desio sa kreditno-difoltnim svopovima, drugim, po značaju, toksičnim sredstvom. Kreditni difolt svopovi su se pojavili još početkom 1990. godina, ali njihovo brzo širenje je počelo već 2003. godine. Uticaj finansijskih inovacija na ispoljavanje ekonomske nestabilnosti i njihov uticaj na ispoljavanje poslovnih ciklusima veoma teško može biti određen na nedvosmislen način. Evolucija pojedinih finansijskih inovacija u prostoru i vremenu takođe može promeniti karakter tog uticaja. Stav nekih istraživača po kome intenzitet posrednih veza finansijskih inovacija sa potrebama realnog sektora korenspodira sa stepenom rizičnosti i verovatnoćom indukcije makroekonomske nestabilnosti je u osnovi sporan²¹³.

Pored uočavanja dinamičke prirode veze između finansijskih inovacija i ekonomske nestabilnosti, odnosno pojave ekonomske krize, važno je analizirati faktore koji determinišu intenzitet evolucije finansijskih inovacija. Drugim rečima, treba utvrditi na račun čega se ubrzava ili usporava proces degeneracije inovacija u toksične instrumente finansiranja privrednog razvoja.

Mogući spisak faktora koji deluju na transformaciju pojedinih finansijskih inovacija u toksične instrumente finansiranja razvoja je razumljivo veoma širok. Svojim značajem se izdvaja priroda konkurencije među finansijskim inovatorima i karakteristike stvaranja tražnje za finansijskim inovacijama. Istraživanje prvog faktora moguće je putem analize promene na tržištu finansijskih inovacija na kom se odvija konkurencija između subjekata koji nude novie finansijske instrumente. Proučavanje drugog podrazumeva razmatranje postupaka odlučivanja investitora za korišćenje konkretnih finansijskih inovacija.

3. KONKURENCIJA NA TRŽIŠTU FINANSIJSKIH INOVACIJA

Godine osme decenije prethodnog veka su označile period dinamičnog nastanka novih finansijskih proizvoda, tehnologija i poslovnih procesa. U skladu sa tim, bilo je potrebno neko vreme da se u konkurenciji novih finansijskih inovacija izdvoje najpogodnije za investitore. Ovaj period je trajao do kraja pethodnog veka. Njegove glavne odlike su bile mnogobrojna usavršavanja već postojećih finansijskih instrumenata, i praktično, potpuno odsustvo njihove patentne zaštite. Izgledalo je da se mašta finansijskih inženjera neće brzo iscrpeti, tako da nametanje visokih barijera na njihovo korišćenje putem patentne zaštite nije bilo neophodno.

Prednost inovatora u ovoj fazi se sastojala u tome, da se na neko vreme stekne monopolska pozicija. Status monopoliste je u kratkoročnom periodu omogućavao inovatoru velike koristi. Pojava imitatora je razumljivo visinu profita bitno smanjivala²¹⁴. Međutim, jedino je monopolski položaj inovatoru dozvoljavao, da u kratkoročnom periodu, prilikom puštanja novog proizvoda ili tehnologije na tržište, ostvari prihod koji nadmašuje oportunitetne troškove. U slučajevima u kojima je uvođenje inovacija ostvarivano istovremeno od strane dva ili više subjekata, dolazilo bi do anuliranja dobiti svih subjekata, odnosno potencijalna korist inovatora je išla investitorima. Najkraće, razvoj tržišta finansijskih inovacija u poslednje tri decenije dvadesetog veka je odgovarao ideji Šumpetera o kreativnoj destrukciji. Naime, opstanak pojedinih finansijskih inovatora na tržištu je bio povezan sa diferencijacijom inovacija proizvoda i tehnologija. Na osnovu jednog instrumenta razvijale su se mnogobrojne varijacije. Ilustracije radi, za manje od deset godina nastalo je više od deset tipova svopova. Sa stanovišta investitora ovaj model je, očigledno, bio povoljan, ali ni na koji način za same inovatore u srednjeročnoj i dugoročnoj perspektivi.

²¹³ Perez C. (2003) *Technological Revolutions and Financial Capital: the Dynamic of Bubbles and Golden Ages*. Northampton (MA).

²¹⁴ Herrera H. Schroth E. (2003) *The Welfare Implications of Non-Patentable Financial Innovations / FAME* Research Paper. № 82.

Tokom poslednjih godina prethodnog veka tempo inkrementalnih finansijskih inovacija je primetno usporen, dok se priroda konkurencije između finansijskih inovacija suštinski promenila. Za razliku od prethodnog perioda kada je tržište finansijskih inovacija najviše imalo karakteristike monopola, ono je sve više poprimalo obrise oligopolnog odnosa, u kome su sve važniju ulogu počele da igraju ulazne barijere. Tendencija odobravanja patenata na određene finansijske inovacije je prisutna u svim tržišno razvijenim zemljama od početka ovoga veka i ona je korenito promenila stanje po pitanju raspodele novčanog efekta pojedinih finansijskih inovacija. Konkretno, ubiranje benefita koje sobom nose finansijske inovacije je prešlo sa investitora na finansijske kompanije i investicione banake koje su prednjačile u njihovoj primeni. Drugim rečima, tržište finansijskih inovacija se pretvorilo u tržište prodavaca.

Empirijska istraživanja, posvećena analizi tržišta finansijskih inovacija, pružaju nedvosmislene podatke, koji potvrđuju napred ekspliciranu činjenicu. Ilustracije radi, broj patentom zaštićenih finansijskih inovacija je u pozitivnoj korelaciji sa veličinom kompanije. Ova tendencija se može pratiti, kako u SAD, tako i u zemljama Evropske unije. Pri tom, najveći vlasnici patentom zaštićenih finansijskih inovacija su pored kompanija finansijskog sektora preduzeća nefinansijskog, uglavnom informaciono komunikacionog sektora. Lideri po broju patenata su korporacije Hitachi, IBM, Fujitsu, ATT, Toshiba. U grupaciji transnacionalnih banaka, vlasnik najvećeg broja patenata nad finansijskim inovacijama je *Citigroup*. Takođe, indikativna je učestalost sudskih sporova u vezi sa patentom zaštićenih finansijskih inovacija u ekonomski najrazvijenim zemljama. U SAD su ovakvi sudski postupci su relativno i do tridest puta češći, nego u slučaju drugih patenata. Najčešće su predmet postupaka slabo zaštićeni patenti (registrovani od strane fizičkih lica i malih i srednjih preduzeća)²¹⁵. Ovo se može smatrati posrednim dokazom povećanja koncentracije na tržištu finansijskih inovacija²¹⁶.

Zato je početkom 2000-tih godina za objašnjenje dinamike tržišta finansijskih inovacija postala pogodna analogija hipoteze Šumpetera: najveće transnacionalne korporacije i transnacionalne banake su se pretvorile u subjekte koji određuju dalju logiku razvoja inovacija. Glavni motiv njihove delatnosti je postalo produbljivanje segmenata već dokazanih finansijskih inovacija, i svesno projektovanje niša pogodnih za primenu novih finansijskih inovacija, čime je dovedena u pitanje njihov izvorni smisao koji se ogleda u poboljšanju raspodele rizika u poslovanju. Marketmejkri su počeli da ignorišu prudenacionalna razmatranja i menadžment rizika, računajući na svoj dominantni položaj na tržištu. Na žalost, finansijski regulatori su potcenili i prevideli ovu okolnost. Povećana koncentracija tržišta finansijskih inovacija je delovala na proces njihove transformacije u toksične instrumente.

4. EKONOMSKA KRIZA I OTKAZIVANJE FINANSIJSKE REGULACIJE

Globalna ekonomska recesija koja je zadesila svet u prvoj dekadi dvadesetprvog veka je najgora još od perioda Velike depresije. Njeno poreklo se vezuje za finansijski sektor Sjedinjenih država i nekih drugih najrazvijenijih industrijskih država. U skladu sa dosada rečenom, za očekivati je da finansijski sektor u tržišnim privredama omogućava upravljanje rizikom, alokaciju kapitala i mobilizaciju štednje po najniže mogućim transakcionim troškovima. U mnogim tržišnim privredama, otkazali su finansijski sistemi sa izvršavanjem ovih vitalnih funkcija i još uvek apsorbuju veliki iznos društvenih resursa. Greške finansijskog sektora uzrokovale su velike troškove poreskih obveznika. Podsećamo da ovo nije prvi put da otkaz finansijskih tržišta u izvršavanju ovih esencijalnih funkcija vodi ka ozbiljnim gubicima imovine i ekonomskoj recesiji. Zaista, finansijske krize i spasavanje od istih jesu sastavni deo funkcionisanja tržišnih privreda

Štaviše, u skorije vreme, broj i obim aktivnosti na finansijskim tržištima u nekim privredama vodili su ka postavljanju pitanja da li su nesputana slobodna tržišta promovisala finansije kao gospodara privrede i društva uopšte. Ovo iz razloga što su postojale privrede u kojima su finansijska tržišta postala cilj za sebe, pre nego li sredstvo za podizanje produktivnosti privrede. Zato se tokom poslednjih godina mogu čuti razmišljanja da mera uspešnosti finansijske politike nacionalne ekonomije ne može biti stopa rasta finansijskog sektora ili njegovo učešće u ukupnom GDP-u. Iskustvo je pokazalo da privrede sa viskim nivoom pomenutih pokazatelja su bile više izložene negativnom dejstvu finansijskih kriza na dugoročnu stopu privrednog rasta.

Sa druge strane u zemljama u razvoju, u kojima je kapital oskudniji faktor, greške u upravljanju rizikom i alokaciji kapitala uzrokuju teže konsekvence na privredne subjekte u tim zemljama. Te konsekvence se najpre ogledaju u

²¹⁵ Lerner J. (2008) *The Litigation of Financial Innovations* / NBER Working Paper № 14324.

²¹⁶ Lerner J. (2004) *The New Financial Thing: The Sources of Innovation Before and After State Street* /NBERWorking Paper № 10223.

otkazivanju mobilizacije štednje i nepotrebno velikih transakcionih troškova, uključujući neefikasne i skupe mehanizme plaćanja.

Prethodno pomenuta otkazivanja finansijskog sektora su skuplja za rezidente ovih zemalja. Bez strane pomoći ove zemlje ne bi bile u stanju da implementiraju mere neophodne za oporavak privrede. Poslednja finansijska kriza je ostavila velike posledice na nivo zaduženosti privrede. Za mnoge već prezadužene zemlje u razvoju, posledice otkaza i spašavanja finansijskih tržišta predstavljale su ogroman finansijski teret. Sredstva angažovana za rekapitalizaciju finansijskih institucija nesumnjivo mogla su biti daleko efikasnije potrošena u promovisanju privrednog rasta, uključujući investicije u obrazovanje, zdravstvo, fizičku infrastrukturu i tehnologiju.

Situacija nije bolja ni u razvijenijim privredama. Otkazivanjem uloge koju treba da vrše finansijska tržišta, što je za posledicu imalo preusmeravanje ograničenih resursa ka manje produktivnim aktivnostima, imalo je dodatne negativne društvene konsekvence. Naime, mere spašavanja finansijskih tržišta (kompenzacione šeme) rezultirale su ispoljavanju velikih socijalnih nejednakosti. Ekonomski poremećaji disfunkcionalnih finansijskih tržišta nametnuli su dodatna finansijska opterećenja za siromašan i manje obrazovan sloj stanovništva u razvijenim privredama.

Postoji obimna literatura koja objašnjava razloge disfunkcionalnosti finansijskih institucija. Uprkos aksiomu superiornosti finansijskih tržišta, istraživanja tokom protekle tri dekade su pokazala da ona ne generišu efikasne rezultate kada postoje nesavršene informacije, a naročito u slučaju asimetrične informisanosti. Štaviše, na finansijskim tržištima, privatne namere, bilo na nivou organizacije ili pojedinačnih donosioca odluka, često nisu u skladu sa interesima privrede kao celine. Aktuelna finansijska kriza je pokazala da su ova odstupanja u namerama na relaciji privatni vs. opšti interes postale izražene kako u razvijenim, tako i u nerazvijenim zemljama. Sve ovo upućuje na zaključak da neadekvatan sistem regulacije finansijskog sektora doprineo aktuelnoj finansijskoj krizi. Međutim, dok optužbe koncentrišemo na sam finansijski sektor, država nije uspeła da zaštiti tržišni sistem alokacije resursa od same sebe. Naime, nije zaštitila društvo od ekcesnih situacija koje se ponavljaju i nameću visoke troškove poreskim obveznicima.

Globalna ekonomska recesija koja je zadesila svet u prvoj dekadi dvadesetprvog veka je najgora još od perioda Velike depresije. Njeno poreklo se vezuje za finansijski sektor Sjedinjenih država i nekih drugih najrazvijenijih industrijskih država. U mnogim tržišnim privredama, uključujući SAD, otkazali su finansijski sistemi sa izvršavanjem ovih vitalnih funkcija i još uvek apsorbuju veliki iznos društvenih resursa. Greške finansijskog sektora uzrokovale su velike troškove poreskih obveznika. Podsećamo da ovo nije prvi put da otkaz finansijskih tržišta u izvršavanju ovih esencijalnih funkcija vodi ka ozbiljnim gubicima imovine i ekonomskoj recesiji. Finansijske krize i spasavanje od istih jesu sastavni deo funkcionisanja tržišnih privreda. U skorije vreme, broj i obim aktivnosti na finansijskim tržištima u nekim privredama vodili su ka postavljanju pitanja da li su nesputana slobodna tržišta promovisala finansije kao gospodara privrede i društva uopšte. Ovo iz razloga što su u nekim zemljama finansijska tržišta postala pre cilj za sebe nego li sredstvo za podizanje produktivnosti privrede. Zato se tokom poslednjih godina mogu čuti razmišljanja da mera uspešnosti finansijske politike nacionalne ekonomije ne može biti stopa rasta finansijskog sektora ili njegovo učešće u ukupnom GDP-u. Iskustvo je pokazalo da privrede sa visokim nivoom pomenutih pokazatelja su bile izloženije negativnom dejstvu finansijskih kriza na dugoročnu stopu privrednog rasta. S druge strane, zemlje u kojima je kapital oskudniji faktor, greške u upravljanju rizikom i alokaciji kapitala uzrokuju teže konsekvence na privredne subjekte u tim zemljama. Te konsekvence se najpre ogledaju u otkazivanju mobilizacije štednje i nepotrebno velikim transakcionim troškovima, uključujući neefikasne i skupe mehanizme plaćanja.

Poslednja finansijska kriza je ostavila velike posledice na nivo zaduženosti privrede. Za mnoge već prezadužene zemlje u razvoju, posledice otkaza i spašavanja finansijskih tržišta su predstavljale ogroman finansijski teret. Sredstva angažovana u rekapitalizaciju finansijskih institucija su mogla biti efikasnije potrošena u promovisanju privrednog rasta, uključujući investicije u obrazovanje, zdravstvo, fizičku infrastrukturu i tehnologiju.

Situacija nije bolja ni u razvijenijim privredama. Otkazivanjem uloge koju treba da vrše finansijska tržišta, što je za posledicu imalo preusmeravanje ograničenih resursa ka manje produktivnim aktivnostima, imalo je dodatne negativne društvene konsekvence. Naime, mere spašavanja finansijskih tržišta (kompenzacione šeme) rezultirale su velikim socijalnim nejednakostima. Ekonomski poremećaji disfunkcionalnih finansijskih tržišta nametnuli su dodatna finansijska opterećenja za siromašan i manje obrazovan sloj stanovništva u razvijenim privredama.

Postoji bogata literatura u kojoj se objašnjavaju razlozi postojanja disfunkcionalnosti finansijskih institucija. Uprkos aksiomu o superiornosti finansijskih tržišta, istraživanja tokom protekle tri dekade su pokazala da ona ne generišu efikasne rezultate kada postoje nesavršene informacije, a posebno kada dolazi do ispoljavanja asimetrične

informisanosti. Na finansijskim tržištima, namere pojedinih aktera, organizacija ili pojedinaca, ne retko su u suprotnosti sa interesima privrede kao celine.

5. ZAKLJUČAK

Finansijske inovacije, kao u ostalom i sve druge inovacije, deluju na uvećanje proizvodnje tako što doprinose tehnološkom napretku. U tom kontekstu, u literaturi se sreću pokušaji konkretizacije načina na koje određene finansijske inovacije deluju na unapređenje tehnologije i proizvodnje u pojedinim kompanijama. Najkraće, sve inovacije koje deluju na unapređenje tehnološkog razvoja su smatrane ekonomski opravdanim, i suprotno, finansijske inovacije koje imaju dugoročno negativni efekat na unapređenje tehnološkog nivoa u realnom sektoru su smatrane društveno neprihvatljivim budući da iste deluju prvenstveno na ispoljavanje negativnih razvojnih tendencija.

LITERATURA

- [1] Allen F., Gale D. (1994) *Financial Innovation and Risk Sharing*. Cambridge (MA).
- [2] Cecchetti S., Flores-Lagunes A., Krause S. (2006) *Assessing the Sources of Changes in the Volatility of Real Growth* //NBERWorking Paper № 11946.
- [3] Cvetanović S., Mladenović, I. (2015) *Ekonomija kapitala i finansiranje razvoja*, Ekonomski fakultet, Niš. [4] Hall B. Thoma G. Torrisi S. (2009) *Financial Patenting in Europe* / NBER Working Paper № 14714.
- [5] Herrera H. Schroth E. (2003) *The Welfare Implications of Non-Patentable Financial Innovations* / FAME Research Paper. № 82.
- [6] Jermann U., Quardrini V. (2006) *Financial Innovations and Macroeconomic Volatility*//NBER Working Paper № 12038.
- [7] Lerner J. (2004) *The New Financial Thing: The Sources of Innovation Before and After State Street* /NBERWorking Paper № 10
- [8] Lerner J. (2008) *The Litigation of Financial Innovations* / NBER Working Paper № 14324.
- [9] Perez C. (2003) *Technological Revolutions and Financial Capital: the Dynamic of Bubbles and Golden Ages*. Northampton (MA).
- [10] Tiberiu C. (2007) *The Impact of the New Financial Products on the Volatility of Economic Growth*. Mimeo.
- [11] Wang C. (2006) *Financial Innovations, Idiosyncratic Risk, and the Joint Evolution of Real and Financial Volatilities*. Mimeo.

**THE IMPACT OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT ON ECONOMIC GROWTH:
THE CASE STUDY OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA****Kostadinka Panova**

University Goce Delcev, Stip, Macedonia, kostadinka.cabuleva@ugd.edu.mk

Emilija Miteva-Kacarski

University Goce Delcev, Stip, Macedonia, emilija.miteva@ugd.edu.mk

Vlatko Paceskoki

University Goce Delcev, Stip, Macedonia, vlatko.paceskoski@ugd.edu.mk

Abstract: The inflow of foreign direct investment (FDI) is considered to be the main driving force of transition countries and an important driver of growth and technology transfer. Given that foreign firms are setting up product lines in host countries, increased investment, employment and exports from these firms help boost economic growth. Indirectly, foreign firms could also contribute to improving productivity through the transfer of new technologies, professional management, skills training and good practices. The Republic of Macedonia is a country in transition and is still facing economic reforms and therefore it is considered that FDI is one of the relevant factors that influence the acceleration of the economic growth process. Taking into account the fact that FDI has an important role for the Republic of Macedonia, this paper presents the influence of foreign direct investment on economic growth in the period from 1994 to 2016.

Keywords: foreign direct investment, gross domestic product, The Republic of Macedonia.

**ВЛИЈАНИЕТО НА СТРАНСКИТЕ ДИРЕКТНИ ИНВЕСТИЦИИ ВРЗ
ЕКОНОМСКИОТ РАСТ: СЛУЧАЈОТ СО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА****Костадинка Панова**

Универзитет Гоце Делчев-Штип, Македонија, kostadinka.cabuleva@ugd.edu.mk

Емилија Митева-Кацарски

Универзитет Гоце Делчев-Штип, Македонија, emilija.miteva@ugd.edu.mk

Влатко Пачешкоски

Универзитет Гоце Делчев-Штип, Македонија, vlatko.paceskoski@ugd.edu.mk

Резиме: Приливот на странските директни инвестиции се смета за главна движечка сила на земјите во транзиција и важен двигател на растот и трансферот на технологии. Со оглед на тоа што странските фирми ги поставуваат производните линии во земјите домаќини, зголемените инвестиции, вработувањето и извозот од овие фирми помагаат во зајакнувањето на економскиот раст. Индиректно, странските фирми, исто така, би можеле да придонесат за подобрување на продуктивноста преку трансфер на нови технологии, професионален менаџмент, обука за вештини и добри практики. Македонија е земја во транзиција и сè уште се соочува со економски реформи и затоа се смета дека СДИ се еден од релевантните фактори кои влијаат врз забрзувањето на процесот на економски раст. Имајќи го предвид фактот дека СДИ имаат важна улога за Македонија, во овој труд е презентирано влијанието на странските директни инвестиции врз економскиот раст во временскиот период од 1994 до 2016 година.

Клучни зборови: странски директни инвестиции, бруто домашен производ, Република Македонија.

1. ВОВЕД

Главната цел на земјите во транзиција е да се постигне стабилен, долгорочен економски раст и развој кој ќе се базира на зголемување на инвестициите, подобрување на технолошката основа на овие земји и зголемување на конкурентноста на нивните производи на меѓународниот пазар. За постигнување на оваа цел или еден од најчесто користените начини за релативно кратко време да се зголеми економскиот раст се странските директни инвестиции (СДИ). Теоретската литература укажува дека СДИ влијаат врз економскиот раст и невработеноста на повеќе начини и тоа преку: трансфер на технологија и know-how,

надоградување на вештините и знаењата на работната сила, интеграција во глобалната економија, зголемување на конкуренцијата во земјата–домаќин, развој и реорганизација на домашните фирми.

Во текот на периодот на транзиција Македонија како мала економија имаше недоволен износ и слаб квалитет на приливот на СДИ во текот на целиот транзициски период. Меѓутоа Македонија е земја која има свои особености во приливот на странски директни инвестиции и која користи или сака да ги користи странските директни инвестиции како форма на брз раст на својата економија. Поволната географска положба, пристапот до Европски пазари, преку склучените билатерални, регионални и мултилатерални договори, макроекономска стабилност, десетгодишните даночни ослободувања се само дел од силните страни на држават за привлекување на СДИ. Во изминативе години Македонија спроведе серија мерки и реформи насочени кон привлекување странски инвестиции, кои со себе повлекуваа разни привилегии за странските компании. Во оваа трка за странски директни инвестиции не беше влезена само Македонија, напротив тоа беше регионална трка, во која земјите се натпреваруваа кој ќе понуди пониски даночни стапки и други поволности сè со цел привлекување на странските инвеститори. За правилно поставување на стратегијата за привлекување на СДИ е потребно постојано да се следи ситуацијата, состојбата на меѓународното движење на капиталот на светско и регионално ниво и преку постојана анализа да се отстрануваат ограничувањата и зголемуваат можностите за привлекување на СДИ.

2. ПРЕГЛЕД НА ЛИТЕРАТУРА

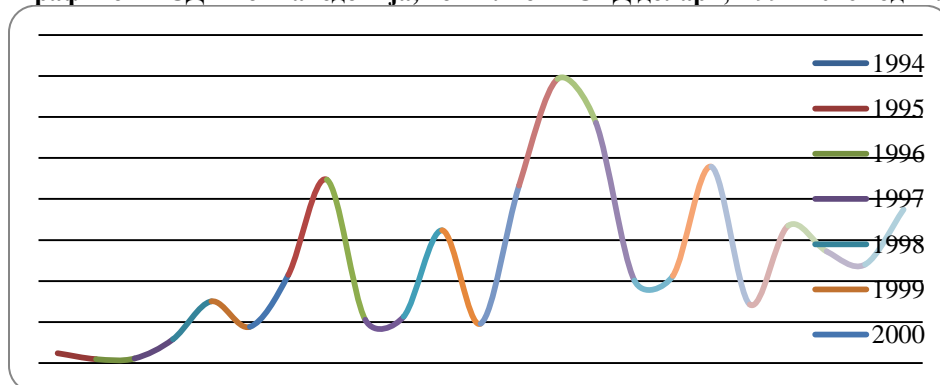
Дилемата околу односот (релацијата) на СДИ и економскиот раст овозможува пристап на истражување од две главни гледишта: студии кои идентификуваат позитивна врска помеѓу овие две променливи и студии кои идентификуваат негативна врска. Студиите кои идентификуваа негативна врска како резултат на истражување се значително намалени како број, но најважни се: Durham (2004), Lyroudi (2004), Sarkovic & Levine (2005) and Lipsey (2006). Durham во панел анализата за влијанието на СДИ врз економскиот раст, каде се земени 80 држави, членки и не членки на OECD, за период 1970-1980 година известува за негативниот ефект на СДИ. Негативната поврзаност ја демонстрираат и Lyroudi и Papanastasiou (2004, p: 98) преку Бајесовска анализа и Sarkovic и Levine (2005, p: 197) кои добиле негативни резултати земајќи во предвид одредено ниво на образование, економски и трговски развој во земјата-корисничка, бидејќи СДИ не покажале позитивно и силно влијание врз економскиот раст и "не постои никаков емпириски, транснационален и сигурен доказ за поддршка на тврдењето дека СДИ го забрзуваат економскиот развој". Постојат голем број на студии кои идентификуваа позитивна врска помеѓу СДИ и економскиот раст, како во развиените така и во земјите во развој. Неокласичната теорија ја поставува големината на локалниот пазар како основа за влез на странски капитал и микроанализата што ја спроведуваат специјалисти (Alfaro, 2003; Vu, Nou, 2009; Magwah, Tavakoli, 2004) укажува на силна врска во производствениот и услужниот сектор. Позитивната корелација помеѓу СДИ и ефектите генерирани во економијата, бара осигурување на минимално ниво на човечки капитал, економска и финансиска стабилност и одредена степен на либерализација на пазарот (UNCTAD, 1999; Sarkar, 2007). Емпириските докази генерално сугерираат позитивна и силна врска помеѓу СДИ и економскиот раст во земјите во транзиција.

3. ПРЕГЛЕД НА СДИ ВО МАКЕДОНИЈА

Од осамостувањето во 1991 година со падот на Југословенската Република, Македонија привлече многу мал дел од странските инвеститори. Во текот на 1990-тите до 2001 година приливите на СДИ во Македонија беа многу мали како резултат на неповолните надворешни состојби, домашните политички прашања, односно граѓанските немири во Македонија, како и трговското ембарго што Грција го наметна поради спорот помеѓу двете земји. Со стабилизација на политичката ситуација од 2001 година па натму, ситуацијата малку се промени, што резултираше со економски раст и повисоки приливи на СДИ. Приливите на СДИ главно беа резултат на приватизацијата. Последните години деловното опкружување значително се подобри, а владата многу активно работеше на промоција на инвестиции за да привлече внимание на потенцијалните инвеститори.

Движењето на СДИ во Македонија за временски период 1994-2016 година е прикажан во графикон 1.

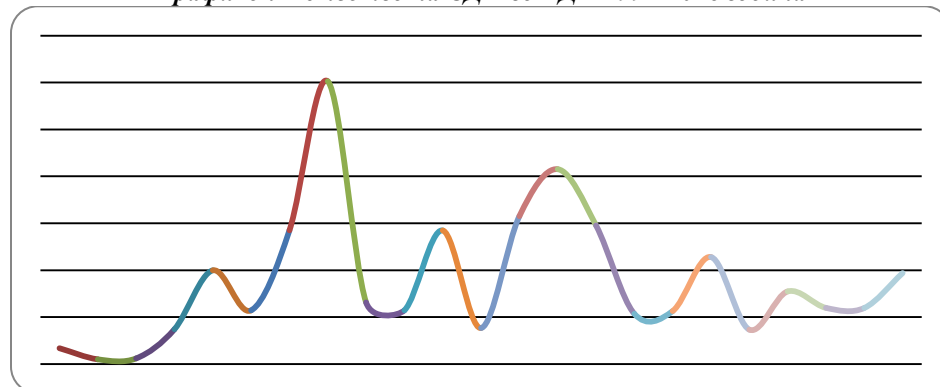
Графикон 1 СДИ во Македонија, во милиони САД долари, 1994-2016 година



Source: UNCTAD STAT

Пред 1998 година СДИ беа занемарливи, во 1995 година тие беа на ниво помалку од 10 милиони евра. Меѓутоа, како што може да се забележи од графикон 1, од 1996 година па нааму тие постепено растат. Во 1998 година е забележен значајно зголемување на СДИ кои изнесуваат приближно 150 милиони САД долари, а во 1999 година следи нивно опаѓање на само 88 милиони САД долари, главно поради политички ризик и ескалацијата на кризата во регионот. Во 2001 година е постигнато највисокото ниво од околу 470 милиони евра. Тоа високо достигнување се должеше на тоа што за време на процесот на приватизација, странски инвеститори преземаа големи банки и компании. Најголемото преземање беше изведено од страна на „Маѓар Телеком“ (Групацијата „Дојче Телеком“), кој го купи националниот телекомуникациски оператор. Кризата од 2001 година предизвика драстичен пад на СДИ во 2002 и 2003 година. Сепак, како резултат на големите напори за постигнување економска и политичка стабилизација, СДИ бележат нагорен тренд почнувајќи од 2004 година. Од 2006 до 2008 година забележан е значаен нов бран на инвестиции, главно резултат на неколку приватизации во енергетскиот сектор и одредени гринфилд-инвестиции во слободните економски зони. Светската економска криза доведе до пад на приливот на инвестиции, во 2008 година имаше мало намалување меѓутоа во 2009 година се забележа значителен пад од 585,77 милиони долари во 2008 година на 201,4 милиони долари во 2009 година. За време на 2010 година се појавија првите знаци за враќање на претходниот интерес на инвеститорите. Сепак, нивото на СДИ забележа само мало зголемување во споредба со претходната година. Во 2011 година, нивото на СДИ се зголеми забележително во споредба со претходните две години. Се постигнаа договори за неколку нови гринфилд-инвестиции, главно во слободните економски зони, чија реализација започна во 2012 година. Во наредните години има осцилаторни движења на странски директни инвестиции. Учеството на СДИ во БДП за период од 1994 до 2016 година е прикажан во графикон 2.

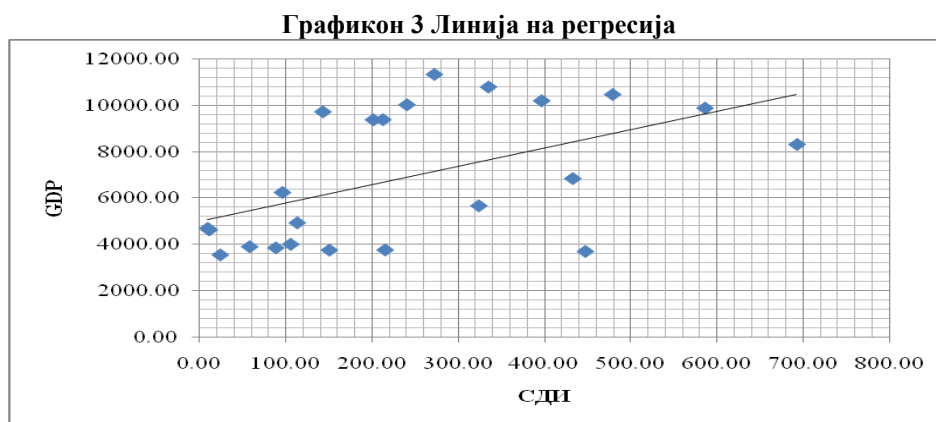
Графикон 2 Учество на СДИ во БДП 1994-2016 година



Пресметка на авторите

Во периодот од 1994 до 2016 година просечното годишно учество на СДИ во БДП изнесува 3.81%, со минимално учество од 0.21% во 1995 година и максимално од 12.66% во 2001 година. Ова може да се објасни од разни причини. Потенцијалните странски инвеститори се чувствителни на бројни фактори при донесувањето на одлуки за инвестирање во странство, почнувајќи од големината на пазарот, економските случувања и општите перспективи за раст на економијата, и понатаму кон бизнис-климата, целокупната инфраструктура, регулаторните и административните прашања. Најголем прилив во македонската историја е регистриран во 2001 година кога Владата го продаде Македонски телеком на унгарскиот МАТАВ и со тоа СДИ создадоа 12% од номиналниот БДП на земјата. Но мора да се забележи дека приливите на СДИ беа прилично посилни и во периодот 2005-2008 година, што се совпадна со посилниот раст на БДП во овие години.

Врз основа на податоците за СДИ и БДП на Македонија за анализираниот период во следниот графикон е претставен дијаграмот на растурање.



Од презентираниите податоци се констатира дека линијата на регресија покажува тенденција на раст или дека растот на СДИ е проследен со раст на БДП.

4. ДАТА И МЕТОДОЛОГИЈА

Овој дел ги опишува методите кои ги користиме за пристап до односите меѓу СДИ и економскиот раст. Користиме проста линеарна регресија и емпириската анализа се спроведува со користење на годишни податоци за периодите од 1994 до 2016 година. Годишните податоци за појавите се превземени од United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD).

Моделот на линеарен тренд е линеарна функција на една независно променлива големина и се определува со равенството:

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{li} + \varepsilon_i$$

каде:

y_i - зависна променлива

X_{li} независна променлива

ε_i случајна грешка

Општата форма на проценетиот модел ја има следнава формула

$$\ln GDP = \beta_0 + \beta_1 \ln FDI$$

Корелационата анализа која ја одредува силата на зависноста меѓу променливите е пресметена со Пирсоновиот коефициент. Пирсоновиот коефициент на корелација во табела 1 ни покажува дека постои значајна директна корелација (0.548) помеѓу СДИ и БДП за анализиранот период.

Table 1 Correlations

		lngdp	lnfdi
Pearson Correlation	lngdp	1.000	.548
	lnfdi	.548	1.000
Sig. (1-tailed)	lngdp	.	.003
	lnfdi	.003	.
N	lngdp	23	23
	lnfdi	23	23

Користејќи го F-тестот со вредност $F=9.003$; степени на слобода $d_{f1}=1$ and $d_{f2}=21$ и критичн вредност на $F_{1;21}=8.64$, H_0 се одбива според правилото: $F > F_{1;21}$ и се прифаќа алтернативната хипотеза (БДП во анализираниот период зависи од странските директни инвестиции), т.е. односот помеѓу СДИ и БДП е статистички значаен (Newbold et al, 2007). Добиениот коефициент на детерминација во табела 2 ни го покажува учеството (процентот) на објаснетиот варијабилитет во вкупниот, односно, во конкретниов случај ни покажува дека 30% од вкупниот варијабилитет на БДП е објаснет т.е детерминиран со варијабилитетот на СДИ. Сепак, остатокот од варијациите се должат на фактори различни од независната променлива или резидуали. Валидноста на моделот е претставена со вредноста на F-статистика. Колку е повисока F-статистиката, толку подобро се вклопува регресивната линија преку вистинските податоци (Antwi et al, 2013).

Table 2 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. Change
1	.548 ^a	.300	.267	.37432	.300	9.003	1	21	.007

a. Predictors: (Constant), lnfdi

Користејќи проста линерна регресија со ниво на значајност од p (Sig.)= $\alpha=0.007$; t-тест статистик $t=3.001$; степени на слобода $df =21$ ($df=n-k$); критична вредност на t-тестот $t_{df,\alpha} =2.831$, се потврдува линеарната зависност на СДИ и БДП, според правилото за донесување одлуки: $t > t_{df,\alpha}$ (Newbold et al, 2007) или во нашиот случај $3.001 > 2.831$.

Table 3 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.722	.353		21.869	.000
	lnfdi	.204	.068	.548	3.001	.007

a. Dependent Variable: lngdp

Табела 3 ни покажува дека коефициентот на СДИ изнесува 0.204, што укажува дека со пораст на странските директни инвестиции од 1%, ќе доведе до зголемување на БДП за 0.204% .

ЗАКЛУЧОК

Целта на овој труд е анализирање на влијанието на странските директни инвестиции врз економскиот раст на Македонија за период од 1994-2016 година. За анализата е користен простиот класичен регресионен модел и главниот заклучок на емпириската анализа е дека односот помеѓу СДИ и БДП е статистички значаен и дека постои значајна врска меѓу овие променливи. СДИ водат кон повисока трговска и финансиска интеграција којашто ù оди во прилог на домашната економија, но исто така бара и поголема претпазливост на креаторите на политиките. Во глобализацијата на светските трговски и финансиски текови, меѓународното движење на капиталот претставува сè позначајна форма на економските односи. Тоа

денес достигнува размери кои даваат белег на развојот не само на одделни земји и региони туку и на светската економија како целина. Со користење на странскиот капитал истовремено се создаваат услови за увоз на современа опрема и технолошки процеси, ревитализација на постојното стопанство и проширување на производствените потенцијали, што е претпоставка за раст на бруто домашниот производ. Со користењето на истите се зголемува конкурентската способност и извозната ориентација на националната економија. Странските инвестиции се од особено значење за развој на земјите кои се карактеризираат со ниско ниво на економска развиеност, неповолна стопанска структура, мала стапка на домашното штедење, ограничени можности за задолжување во странство и слично. Со цел зголемување на интересот на странските инвеститори за вложување на нивниот капитал во Република Македонија се воведуваат, низа макроекономски политики и реформи, реформа на даночниот систем, заштита на сопственичките права и извршувањето на договорите, како и подобрување на ефикасноста во функционирањето на законодавната, судската и извршната власт и поефикасна администрација.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Alfaro, L. (2003) Foreign Direct Investment and Growth: Does the Sector Matter, Harvard Business School
- [2] Antwi, S., Mills, E. F. E. A., Mills, G. A., & Zhao, X. (2013). Impact of foreign direct investment on economic growth: Empirical evidence from Ghana. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 3(1), 18-25.
- [3] Bang Vu, T. and Noy, I. (2009) Sectoral analysis of foreign direct investment and growth in the developed countries, *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*, Vol.19
- [4] Carkovic, M. and Levine, R. (2005) Does Foreign Direct Investment Accelerate Economic Growth?, In: Moran, T.H., Graham, E.M., Blomstrom, M. (eds.), *Does Foreign Direct Investment Promote Development?*, Institute of International Economics Press, Washington DC, 2005
- [5] Durham, J., (2004) Absorptive capacity and the effects of foreign direct investment and equity foreign portfolio investment on economic growth, *European Economic Review*, Vol.48
- [6] Hourvoulides, N., & Davcev, L. (2014, April). The influence of foreign investments on employment and economic growth in FYROM. In *International Redete Conference Proceedings: Researching economic development and entrepreneurship in transition economies*. Faculty of Economics, University of Banja Luka.
- [7] Kikerkova, I. (2013, September). Empirical evidence on foreign direct investment impact Empirical Evidence on Foreign Direct Investment Impact upon the Economic Growth of the Republic of Macedonia. In *DIEM: Dubrovnik International Economic Meeting* (Vol. 1, No. 1, pp. 0-0). Sveučilište u Dubrovniku.
- [8] Lipsey, R.E. (2006) Measuring the Impacts of FDI in Central and Eastern Europe, NBER Working Paper Series, No.12808, Chambridge
- [9] Lyroutdi, K., Papanastasiou, J. and Vamvakidis, A. (2004) Foreign Direct Investment and Economic Growth In Transition Economies, *South Eastern Journal of Economics*, Vol.1
- [10] Marwah, K. and Tavakoli, A. (2004) The effect of foreign capital and imports on economic growth: further evidence from four Asian countries (1970-1998), *Journal of Asian Economics*, Vol. 15
- [11] Newbold P., Carlson, W. L. and Thorne, B. M. (2007). *Statistics for Business and Economics*. 6th ed. Pearson Education Inc.
- [12] Popović, G., & Savić, M. (2014). Uticaj stranih direktnih investicija na ekonomski rast u evropskoj uniji. *ECONOMICS-Innovation and economic research*, 2(2), 5-22.
- [13] Sarkar, P. (2007) Does Foreign Direct Investment Promote Growth? Panel Data and Time Series Evidence from Less Developed Countries, 1972-2002, *Munich Personal RePEc Archive*, No.5176
- [14] Стопанската комора на Македонија. Бела книга 2014 година, Совет на странски инвеститори при Стопанската комора на Македонија.
[http://www.mchamber.mk/\(S\(uyjffed1mypwj3lnxq5zfa\)\)/admin/upload/publications/147_1.pdf](http://www.mchamber.mk/(S(uyjffed1mypwj3lnxq5zfa))/admin/upload/publications/147_1.pdf)
- [15] UNCTAD (1999) – The social responsibility of transnational corporations

CREDIT RISK AND CREDIT RATING ANALYSIS PRIOR TO FINANCIAL SUPPORT AND INSURANCE OF EXPORT CREDITS APPROVAL

Nada Petrusheva

FON University – Skopje, Republic of Macedonia nada.petrusheva@fon.edu.mk

Nikola Popovski

FON University – Skopje, Republic of Macedonia nikola.popovski@fon.edu.mk

Abstract: Before the decision for financing and/or insurance of an export credit is made, financial institutions must make an analysis i.e. assessment of the credit rating of the company to determine the creditworthiness of the debtor, and make an analysis of the country risk of the debtor afterwards. Country risk assessment has an important role in the process of making financial decisions, for the fact that none of the business entities can have smaller risk than the risk of the country in which it operates.

Besides the fact that the financial institutions have developed their own country risk assessment models, as well as techniques for determination of the credit rating of the companies, they usually use credit analysis and reports from independent specialized credit rating agencies.

Keywords: export credit, credit risks, country risk, credit rating of a company

Резиме: Пред да донесат одлука за финансирање и/или осигурување на извозен кредит, финансиските институции треба да направат анализа т.е. проценка на кредитниот рејтинг на претпријатието, односно да ја утврдат кредитоспособноста на должникот, а потоа да извршат и анализа на ризикот на земјата на должникот. Одредувањето на ризикот на земјата е од големо значење при носењето на финансиски одлуки, од причина што ниеден деловен субјект не може да има помал кредитен ризик од ризикот на земјата во која делува.

Финансиските институции и покрај тоа што имаат развиено сопствени модели за анализа на ризиците на земјите, како и техники за одредување на кредитниот рејтинг на претпријатијата, најчесто ваквите кредитни анализи и извештаи ги набавуваат од независни специјализирани кредитни рејтинг-агенции.

Клучни зборови: извозен кредит, кредитни ризици, ризик на земја, кредитен рејтинг на претпријатие

1. ВОВЕД

Со појавата на должничките кризи во последните три децении од XX век, се наметна и потребата од потемелна анализа на економските, финансиските и политичките фактори кои влијаат врз можноста и спремноста на земјите и деловните субјекти да ги исполнат своите обврски кон странските доверители. Должничките кризи и мораториуми на плаќање настануваат не само поради економски причини, туку често и поради потреси и политички нарушувања во земјата на должникот или поради непријателскиот став на владеечките режими спрема земјата на доверителот.

2. ОДРЕДУВАЊЕ НА КРЕДИТЕН РЕЈТИНГ НА ЗЕМЈА

Во суштина, одредувањето на кредитниот рејтинг на земјата т.е. оцената на ризикот на земјата се сведува на оценка на ризикот на трансфер, односно на можноста странските субјекти со финансиска изложеност во една земја, непречено во секој момент да можат да ги повлечат своите средства, односно да ги наплатат своите побарувања од земјата должник.

Ризиците на земјата се состојат од пет елементи:

- општ мораториум на отплатите на надворешниот долг, прогласен од страна на владата од земјата на увозникот односно корисникот на кредитот,
- политички настани или економски тешкотии коишто го спречуваат или го одложуваат трансферот на средства, уплатени за сметка на извозникот,
- законски одредби усвоени од земјата на увозникот, со кои се прогласува дека отплатата на кредитите ќе биде во домашна валута, игнорирајќи го при тоа фактот дека заради промена на девизните курсеви можно е таквите отплати кога ќе се конвертираат во валутата на кредитот да не го покриваат износот на реалниот долг,

- било која мерка или одлука на странската влада која што ја спречува отплатата на кредитот,
- случаи на виша сила: земјотреси, вулкански ерупции, нуклеарни инциденти, временски непогоди и сл.

Суштината на анализата и одредувањето на кредитниот рејтинг на земјите е во класификацијата на земјите во ризични категории кои ја одразуваат веројатноста од настанување на услови заради кои една земја нема да може да го отплаќа својот долг. Колку е таа веројатност поголема, толку е повисока и ризичната категорија во која се класифицира една земја. Значи, секоја ризична категорија одразува одреден степен на веројатност дека должниците ќе бидат во состојба да ги подмират своите обврски согласно договорените услови. Постојат бројни модели и техники за анализа на ризиците на земјите. Рејтинг агенциите како што се Moody's, Standard and Poor's, Fitch, имаат развиено сопствена методологија за утврдување на кредитниот рејтинг на претпријатие, на земја или на одреден финансиски инструмент. Некои од моделите се базирани исклучиво врз квантитативни показатели, односно нумерички податоци кои се внесуваат во однапред изготвени модели, други прават обид да ги квантифицираат и квалитативните фактори, а трети ги користат квалитативните фактори како корективни фактори на квантитативната оценка.²¹⁷ Не постои единствена и стандардна методологија, но аналитичарите сепак најмногу ги користат анализите на економските варијабли кои го дефинираат ризикот на една земја, а проекциите за иднината ги изведуваат со користење на податоци од официјалната статистичка база. Иако немерливите фактори во себе носат голема доза на субјективност, сепак политичките и социјалните ризици и покрај тоа што не е можно да се квантифицираат, треба да бидат вклучени во анализите и проценките за одредување на ризикот на земјата.

Познато е дека ризикот на земјата се сведува на ризикот на трансфер, односно на можноста и спремноста на суверените влади да ги исплаќаат своите обврски спрема странските доверители навремено и во целост. Меѓутоа во поново време голем број банки со меѓународна изложеност ги ревидираат своите дефиниции за ризиците на земјите и под ризик на земја сега го подразбираат и ризикот „неплаќање од страна на приватни должници“, предизвикано од макроекономски фактори и промени.

Во продолжение ќе стане збор за моделот на Coplin-O'Leary²¹⁸, кој уште од 1979 година е познат во светот како основен и најприфатен систем за доверлива и независна проценка на ризикот на една земја. Системот е создаден од професорите William D. Coplin и Michael K. O'Leary, како резултат на дваесет годишно истражување во Maxwell School на Универзитетот Syracuse, потпомогнато од Американскиот Секретаријат, Службата за разузнавање, бројни извозно кредитни агенции и мултинационални корпорации. Моделот на Coplin-O'Leary, во основа ги искажува предвидувањата за потенцијалните извори на загриженост во поглед на ризиците од политички превирања, финансиски трансфер и ризици при извоз во одредена земја. За секој од овие критериуми се доделуваат следните оценки на земјите:

- A – низок ризик на земја
- B – среден ризик на земја
- V – висок ризик на земја
- Г – екстремно висок ризик на земја

1. Ризици од политички превирања. Под поимот „политички превирања“ се подразбираат состојби на протести и демонстрации од поголем обем, општи штрајкови, граѓански немири, тероризам, вооружени дејства на бунтовнички групи или организации, граѓанска војна и меѓудржавна војна. Дефинициите за одредување на нивото на ризик се следните:

A – низок ризик на земја, постои политичка стабилност при што не се мисли на стабилност на поделните влади, туку на стабилност на политичкиот систем и системот на власта, мирна промена на власта на слободни и демократски избори со ретки појави на насилство од политички причини кои никогаш не влијаат врз странските бизниси и нивните интереси, било директно било индиректно,

B – среден ризик на земја, постои кога странските бизниси понекогаш трпат штети од политички немири, терористички акти или работнички протести,

²¹⁷ Наумовски, В., Манаковски, С. и Петрушев, Ѓ.: Country risk и осигурување на извозни кредити, Скопје, 2001

²¹⁸ Coplin, D. W. & O'Leary, K. M.: Political Risk Yearbook, 2003

В – висок ризик на земја, постои кога е присутно високо ниво на политичко или друго насилство кое значително може да влијае врз странските бизниси, кога се претпоставува веројатност од воени удари, диктатури и сл.,

Г – екстремно висок ризик на земја, постои кога целокупната состојба е блиску до состојба на војна или пак кога земјата е во војна (граѓанска или меѓу државна).

2. Ризици на финансиски трансфер. Под поимот „ризички на финансиски трансфер“ се подразбираат ризици поврзани со трансферот на средства од земјата, односно неконвертибилност на локалната валута во странски валути и спречување на репатријација на средствата од земјата. Дефинициите за одредување на нивото на ризикот се следните:

А – низок ризик на земја, не постојат административни контроли и забрани за девизно работење, нема ограничувања на слободната репатријација на средствата, со многу мала веројатност за воведување на такви ограничувања и контроли во иднина,

Б – среден ризик на земја, присутни се повремени краткотрајни задоцнувања на финансиските трансфери, при што постои одредена веројатност дека таквите задоцнувања (исти или поголеми) ќе бидат присутни и во иднина,

В – висок ризик на земја, постојат просечни до големи задоцнувања и блокади на финансиските трансфери, голема е веројатноста дека бариерите за финансиски трансфер ќе бидат зголемени без можност за нивно намалување во иднина,

Г – екстремно висок ризик на земја, постојат строги контроли и забрани за девизни трансакции, огромни задоцнувања или целосна неможност за финансиски трансфер, со многу мала веројатност дека состојбите ќе се подобрат во иднина.

3. Ризици при извоз во одредена земја. Поимот „ризички при извоз“ вклучува ризици со кои се соочуваат деловните субјекти кога извезуваат во одредена земја, како што се ризици кои произлегуваат од условите на пазарот, трговски бариери, како и доцнења или спречување на наплатата по реализираниот извоз. Оценката на ризикот ја одразува општата клима за економска соработка и извоз во одредена земја. Дефинициите за определување на нивото на ризик се следниве:

А – низок ризик на земја, постои политичка и економска стабилност со мали и незначителни трговски бариери, соодветно ниво на девизни резерви за покривање на тековните плаќања и мали изгледи за влошување на состојбите во иднина,

Б – среден ризик на земја, присутно е лобирање за протекционизам и релативно слаба позиција на девизните резерви кои можат да доведат до одредени царински и административни трговски бариери, појава на доцнење при плаќањето на увозот поради неповолните економски услови, постоење на веројатност за влошување на деловната клима во иднина,

В – висок ризик на земја, постои отворено залагање за протекционизам и многу слаба позиција на девизните резерви, релативно високо ниво на царински и други трговски бариери, голем ризик од одложување на наплатата до целосна неможност за наплата на побарувањата по реализиран извоз, голема веројатност за натамошно влошување на состојбите,

Г – екстремно висок ризик на земја, постои многу високо ниво на царински и административни трговски бариери, отворен протекционизам и отсуство на девизни резерви, голем ризик од целосна неможност за наплата на побарувањата по реализиран извоз, натамошно влошување на состојбите со мала веројатност за подобрување.

Доколку по било кој од наведените критериуми, една земја биде оценета со оценка Г, односно како земја со екстремно висок ризик, истата се исклучува од осигурување.

Проценката на ризикот на земјата е од суштинско значење бидејќи претставува основна рамка за утврдување на кредитоспособноста, односно рејтингот на претпријатијата. Ниеден деловен субјект не може да биде анализиран независно и надвор од економскиот систем и деловното окружување во кое работи. Без оглед на финансиска состојба, капиталот и обртните средства на претпријатието, тоа сепак е дел од националната економија и ја дели судбината на својата земја.

3. ОДРЕДУВАЊЕ НА КРЕДИТЕН РЕЈТИНГ НА ПРЕТПРИЈАТИЕ

Кога станува збор за дефинирање на бонитетот на претпријатијата треба да се истакне фактот дека во економската теорија постојат различни стојалишта. Дефиниран во потесна смисла, под бонитет на

претпријатието се подразбира збир на позитивни карактеристики што го прават претпријатието добар деловен партнер и сигурен должник. Но, ваквата дефиниција ја запоставува развојната компонента на деловниот субјект. Токму заради ова, подобро е да се прифати она стојалиште според кое што бонитетот како економска категорија ја опфаќа вкупната позиција на претпријатието, односно утврдувањето на неговата вкупна активност, производните и развојните програми, репутацијата во деловниот свет, позицијата на пазарот, па според тоа и кредитната способност и ликвидност. Значи, бонитетот на претпријатието како комплексна и агрегатна економско-финансиска категорија, е поширок и од кредитната способност и од ликвидноста на претпријатието. Всушност, должникот - деловниот субјект во определен момент може да биде неликвиден, меѓутоа сепак да се смета за бонитетен. Ова особено е случај кога имотот на претпријатието е голем (згради, опрема, голем возен парк, хартии од вредност и сл.). Во вакви случаи бонитетот на претпријатието се оценува преку неговиот реален имот (хипотека, залог, цесија и сл.) за можноста да ги покрие своите долгови. Бонитетот на претпријатието не е статичка категорија, и токму заради динамичкиот карактер се јавува потреба од негово перманентно следење и утврдување.

Кредитната анализа всушност претставува концентриран напор и активности на финансиските аналитичари кои користат одреден фонд на знаење на рационален и систематски начин, со цел да дојдат до релативно точна проценка за финансиската сила и квалитетот на една компанија. Стандардизација на кредитните анализи не постои, и секој аналитичар оценките за кредитниот рејтинг на фирмите ги изведува врз основа на сопствена комбинација на техники и методи. Меѓутоа во основа, секоја кредитна анализа, односно постапка за оценка на бонитетот на компаниите, се состои од квалитативна и квантитативна анализа. Генерално, целта на квалитативната анализа е да се изврши идентификација на ризиците на дејноста, да се утврди позицијата што ја има фирмата на пазарот, како и способноста и спремноста на нејзиниот менаџмент да се справи со кредитните ризици. Квантитативната анализа служи за споредба и толкување на финансиските извештаи, со цел да се донесе заклучок за финансиската сила на компанијата и нејзиниот потенцијал за задолжување и враќање на кредитот. Секоја квалитативна анализа најнапред започнува со анализа на ризиците на дејноста во која фирмата работи, односно се анализира структурата на трошоците на дејноста, стадиумот на дејноста во економскиот циклус, влијанието на цикличноста на економијата врз дејноста, профитабилноста на дејноста во економијата, зависноста и комплементарноста на дејноста со другите дејности итн. Со анализата на ризиците на дејноста се добива проценка за перспективите на дејноста, чувствителноста на технолошки промени, движењето на работната сила, влијанието на регулативата со промени на прописите и сл. Оценката на ризикот на дејноста е значајна заради поставување на горен лимит на оценка кон која можат да се стремат фирмите од таа дејност. Одредувањето на ризикот на дејноста исто така помага да се идентификуваат факторите кои се клучни за успешноста на фирмата, но и факторите кои се главен извор на ранливост на фирмата. Така на пример, ако некоја дејност се карактеризира со изразита конкуренција, тогаш акцентот на анализата се става на пазарната позиција на фирмата, како клучен фактор на деловниот ризик. По анализата на дејноста, следува анализа на општите карактеристики на кредитобарателот и тоа, проценка на релативната големина на фирмата и нејзиното учество на пазарот, зрелоста на фирмата и диверзификацијата на нејзината понуда и побарувачка. Во квалитативната анализа спаѓа и оценката на менаџментот од аспект на неговата улога во деловниот успех на фирмата, спремноста за прифаќање на ризици и неговото сваќање за ризиците, реалноста на неговата стратегија и планови за да ги оствари поставените цели итн. Ако менаџментот не ги следи политиките и плановите што самиот ги предложил и усвоил, аналитичарите го оценуваат со оценка за висок ризик. Во случај целокупното работење и резултати на една фирма да зависат од работата и одлуките на еден или двајца клучни менаџери, кредиторот би се сомневал во успешноста на фирмата во иднина, ако менаџерите ја напуштат од било кои причини. Доколку менаџерите дел од своите овластувања делегираат на понискиот менаџмент и обучуваат заменици од своите постојани вработени, овие ризици се намалуваат. Меѓутоа, за најголем број на мали и средни фирми карактеристична е појавата на концентрација на овластувањата и одлуките кај еден менаџер, кој најчесто е и сопственик на фирмата. На тој начин генералниот, производниот, финансискиот и продажниот менаџер се концентрирани во една личност, што само по себе значи и потенцијално висок ризик за кредиторот.

Откако ќе заврши оценката на деловниот ризик, анализата продолжува со користење на методи и техники за анализа на финансиските извештаи кои треба да дадат оценка за финансискиот ризик на фирмата. За разлика од оценката на деловниот ризик, оценката за финансискиот ризик се потпира на квантитативни показатели. Меѓутоа за да се добијат реални оценки за бонитетот, односно финансиската сила на една фирма потребно е

податоците од финансиските извештаи реално да ја отсликуваат состојбата, и да бидат изготвени од независни ревизорски куќи. Дел од постапката за одредување на бонитетот на една фирма се состои од употреба на „рацио анализа“²¹⁹ која подразбира споредба на одредени клучни финансиски показатели, со просечните показатели на дејноста во која фирмата работи или со показателите за стопанството во целина, во зависност од тоа кои показатели се поверодостојни. Но, рацио показателите се само средство за едно општо дефинирање на финансиската позиција на фирмата во индустријата во која работи или во стопанството во целина. Тие во никој случај не треба да бидат сватени како единствен параметар за донесување на оценка за рејтингот на една фирма. Како основен недостаток при користењето на рацио анализата е тоа што користи финансиски податоци од претходните години, меѓутоа треба да се има во предвид дека минатото всушност е и основа за градење на претпоставки за иднината.

4. ЗАКЛУЧОК

Веќе не се поставува прашањето дали постои ризик, туку колкав е ризикот, дали може да се предвиди, контролира и управува и дали е прифатлив за инвеститорот, односно кредиторот. Значи за да можат кредитните анализи да ја постигнат својата цел како индикатори на ризиците, потребно е инвеститорите и кредиторите да бидат свесни за изложеноста на ризиците во нивното секојдневно работење.

Значењето на кредитните анализи за функционирањето на светските финансиски пазари е двојно, тие од една страна им помагаат на инвеститорите при донесувањето на нивните деловни одлуки, а од друга страна и на самите компании чиј рејтинг се утврдува, за да ја спознаат својата спремност да одговорат на преземените финансиски обврски.

Доколку носителите на одлуки за инвестирање, односно кредитирање не снесат одговорност за резултатите од своите деловни проценки и одлуки се јавува т.н. „морален hazard“, односно прифаќање на висок ризик и донесување на одлуки за ризични пласмани. Меѓутоа современото пазарно окружување налага разумно и рационално однесување на извозниците, при што самата проценка дали и во која мера еден должник ќе ги исполни своите финансиски обврски, претставува битна претпоставка за успех во нивната работа.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Gianturco, E. D., Export Credit Agencies - The unsung giants of international trade and finance, Westport, CT, USA Quorum Books, pp. 63-79, 2001.
- [2] Николовски, А., Петрушева Н., Економика на осигурување, Скопје, ФОН Универзитет, pp. 378-383, 2011.
- [3] The Arrangement on Guidelines for Officially Supported Export Credits, Washington DC, OECD, 1998
- [4] Berne Union Agreements, Understandings and Obligations in the Export Credit Insurance Field, London, Berne Union, 1989.
- [5] Export Credit Financing Systems in OECD Member Countries and non-member economies, Paris, OECD, 2006.
- [6] Miller, J. M., Credit Reporting Systems and the International Economy, The MIT Press Cambridge, Massachusetts London, 2003.
- [7] Наумовски В., Манаковски С., Бислимовски В. и Петрушев Ѓ., Ризична класификација на претпријатијата во кредитна анализа, Скопје, 2002.

²¹⁹ Наумовски, В.: Ризична класификација на претпријатијата во кредитна анализа, Скопје, 2002

KEY FACTORS LEADING TO HIGH MTPL INSURANCE CONCENTRATION IN ALBANIA AND SUGGESTIONS FOR CHANGE

Ervin Koçi

Institute for European Studies, University of Tirana, Albania, erv.koci@gmail.com

Abstract: The insurance market in Albania is notably underdeveloped compared to the Western European countries. As this is also the case for most other Western Balkan countries, it is a phenomenon that leads to a high concentration of compulsory insurance products, compared to voluntary ones. The most common compulsory product is MTPL insurance, which takes up the overwhelming share of the insurance portfolios for the Western Balkan countries; however, this fact seems to appear rather more pronounced for the Albanian market for various reasons, the most relevant of which this paper means to delineate. As the high concentration of MTPL insurance has been a persisting issue in Albania during the last decade, as well as in several neighbor countries, the nature of these markets remains underexploited, which is a clear sign that there is potential for growth and room for existing and new voluntary insurance products to thrive. A meek indicator that attests to the underdeveloped nature of the insurance market in Albania, is the low number of the companies trading life insurance and their meager market share, compared to the companies trading non-life insurance. Aside from a slowly developing economy, remarkably low market penetration and GWP-to-GDP ratios are direct indicators of an undersized insurance market in Albania. As the insurance companies might have lost incentive and feel comfortable with the current state of the Albanian market, the Government and the Supervisory Authority would have to take it upon themselves to create incentives for the public, in order to enhance the development of the insurance market. Encouraging the public awareness of insurance, tax-relief and establishing consumer trust in insurance market, would certainly be expected to lead to increased popularity of and interest in voluntary insurance products among the public. In this way, not only is the imbalance on the insurance concentration counteracted as a result, but less financial burden is placed on the consumers in general and even the Government, in case of adverse occurrences. For one thing, insurance should not be perceived as an obligation stipulated by law or as business that benefits only the insurers, but it should primarily be regarded as a need or necessity that provides protection against perils, offering peace of mind to the insured, while preserving their financial stability, should any incidence take place. For this, reason, the paper also intends to provide valid suggestions on how to tackle the main underlying factors contributing to high MTPL insurance concentration in Albania. Ideally, this would be achieved through effective involvement of the Government and the Supervisory Authority, striving to promote a positive change in the insurance market. Given the similar reality the insurance markets in the Western Balkan share in common, these suggestions may also be regarded as beneficial by other countries in the region, suffering the same condition.

Keywords: insurance, MTPL, high concentration, financial literacy

1. INTRODUCTION

It goes without saying that the Western Balkan countries are behind in many aspects of development, which is attested by lower levels of income, lower level of income and less financial development than their Western European counterparts. All this lag in advancement is also reflected in the insurance market development as well. For what is worth mentioning, most of the Western Balkan countries are not part of European Union and in addition, all of the latest are not compliant with Solvency II, as far as the concern regarding insurance goes. Most of the Western Balkan countries are characterized by underdeveloped financial markets for the most part and Albania is no exception. It is our feeling that there are several indicators, in particular, that point to a weak insurance market, which are shared among the Western Balkan countries, probably due to similar political and socio-economic circumstances. In this paper, we will focus on our assumed indicators, which we feel are the most significant in pointing to an underdeveloped market, and which we believe are common for the other neighbor countries in the region. Furthermore, we will go over some indicators that we logically deem as independent factors, which are in turn reasonably thought to affect the former. In this manner, we will try to put to test if our logical assumptions regarding the factors affecting the insurance market development hold out. We will conclude with some recommendations on what could possibly be done, in order to improve our insurance markets and reduce the effects of the adverse factors. For the purpose of this particular work, the countries considered in this simple study are: Albania, Kosovo, Montenegro, Macedonia, Serbia and Bosnia and Herzegovina. Because Croatia and especially

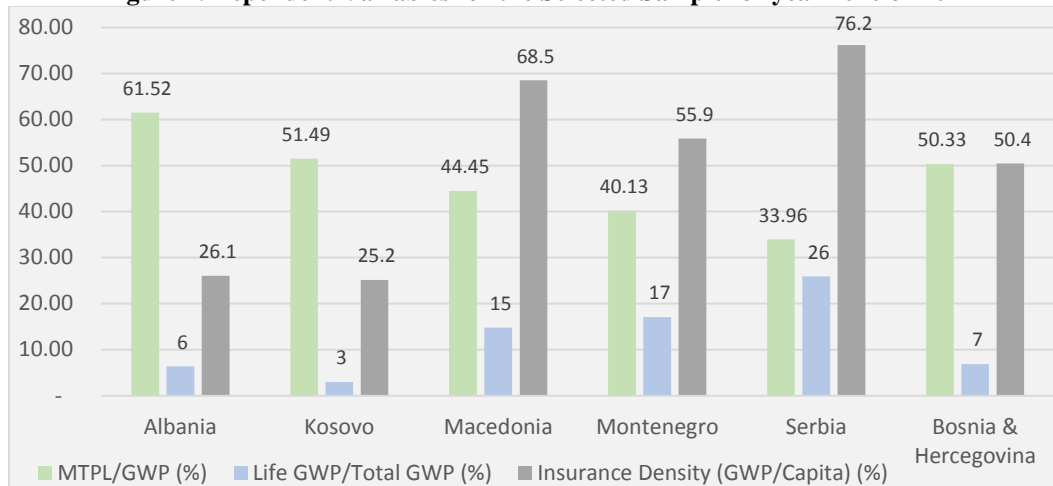
Slovenia have considerable differences compared to the rest of the Western Balkan Countries, such as being part of the European Union, being notably more developed economically, being Solvency II compliant, being characterized by significantly higher wages etc., are not included in this study.

2. THE ANALOGY

The Dependent Variables: It seems as any developments in insurance market in Albania revolve around MTPL. By reasonable thought, any undeveloped insurance market survives because of compulsory products, since consumers tend not to purchase voluntary insurance products. This fact is typical for Albania, where the prevailing business in insurance is selling MTPL, but this situation, as shown in the graph below, is common for the neighbor countries as well, despite the fact that somewhere it is more pronounced and somewhere less. Referring to Figure 1, it is clear that Albania has the highest MTPL concentration, followed by Kosovo and Bosnia and Herzegovina.

Due to the reason that several Insurance agencies or authorities have not yet published the official annual reports for year 2017, the most recent official data available was used, therefore for some countries these data belong to year 2016 and for a few, to year 2017.

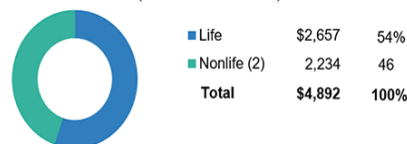
Figure 1. Dependent Variables for the Selected Sample for year 2016 or 2017



Source: Albanian Supervisory Authority, Central Bank of Kosovo, Macedonia Insurance Supervision Agency, Montenegro Insurance Agency, National Bank of Serbia, Insurance Agency of Bosnia and Herzegovina

Another reasonable way to point out an underexploited insurance market is to look at Life insurance GWP to overall GWPs. In prospered economies, or otherwise developed financial markets, life insurance GWPs comprise the majority of the insurance portfolio, as is clearly depicted in the graph below. In this regard, one cannot but agree that a low life insurance GWP composition of an insurance portfolio means at least a deviation from the entire world's balance. In Referring to the graph above, in regards to Life GWPs indicator, Albania is ranked second, after Kosovo for having the lowest share of Life GWPs, followed by Bosnia and Herzegovina, while Serbia has the highest share of Life GWPs.

Figure 2. World Life and Nonlife Insurance Direct Premiums Written, 2017 (1)
 (US\$ billions)



(1) Before reinsurance transactions.

(2) Includes accident and health insurance. **Source:** Swiss Re, *sigma*, No. 3/2018²²⁰

²²⁰ Accessible at: http://www.swissre.com/library/publication-sigma/sigma_3_2018_en.html

Besides the high MTPL and low Life Insurance GWPs concentration, there are two widely and universally accepted indicators intended to assess the state of an insurance market, we would like to also focus on:

$$1. \text{ Insurance Penetration} = \frac{\text{Gross Written Premiums}}{\text{Gross Domestic Product}}$$

$$2. \text{ Insurance Density} = \frac{\text{Gross Written Premiums}}{\text{Population}}$$

The factors we feel best attest to the development of an insurance market, thus far, outlined above, are summarized in the chart below. By what can be concluded thus far from the observations, we can state that Serbia, followed by Macedonia and Montenegro appear to have better insurance markets (lowest MTPL share, highest Life Insurance share, highest insurance density and highest penetration), while Kosovo, followed by Albania and Bosnia and Herzegovina appear to have less developed insurance markets in the sample (lowest Life Insurance share, highest MTPL share, lowest insurance density and lowest penetration).

Table 1: Insurance Market Dependent Variables

2016 or 2017	MTPL/GWP (%)	Life GWP/Total GWP (%)	Insurance Penetration (GWP/GDP) (%)	Insurance Density (GWP/Capita) (%)
Albania	61.52	6	1.03	26.1
Kosovo	51.49	3	1.34	25.2
Macedonia	44.45	15	1.44	68.5
Montenegro	40.13	17	2.15	55.9
Serbia	33.96	26	2.12	76.2
Bosnia & Herzegovina	50.33	7	2.16	50.4

Source: Albanian Supervisory Authority, Central Bank of Kosovo, Macedonia Insurance Supervision Agency, Montenegro Insurance Agency, National Bank of Serbia, Insurance Agency of Bosnia and Herzegovina, XPRIMM Insurance Report 2016, <https://datacatalog.worldbank.org/dataset/world-development-indicators>

The Independent Variables: As we have pointed out above the dependent factors for assessing the state of an insurance market, through reasonable thinking, the factors affecting the development of an insurance market, thus the independent factors would be twofold:

1. Economic development indicators;
2. Financial literacy and inclusion.

Table 2: Insurance Market Independent Variables

2016 or 2017	<i>Economic Development Indicators</i>			<i>Financial Literacy/Inclusion</i>	
	Average Net Salary (Euro)	GDP/Capita (PPP) (000 Euro)	Rate of Unemployment (%)	Financial Literacy Index	Financial Inclusion (FINDEX - % of adults with bank account)
Albania	301.87	4,017	13.90	14	40
Kosovo	403.48	3,446	30.50	20	52
Macedonia	297.00	4,818	23.00	21	77
Montenegro	447.78	6,787	16.00	48	68
Serbia	358.05	5,223	14.10	38	71
Bosnia & Herzegovina	414.68	4,586	25.60	27	59

Source: Albanian Supervisory Authority, Central Bank of Kosovo, Macedonia Insurance Supervision Agency, Montenegro Insurance Agency, National Bank of Serbia, Insurance Agency of Bosnia and Herzegovina, <https://www.worlddata.info>, <https://datacatalog.worldbank.org>, <https://www.numbeo.com/>

1. Economic development indicators:

- **Average net salary** – this goes in line with the concept that you cannot buy what you cannot afford, insurance included.
- **GDP/Capita** – an indicator attesting to the economic strength of a country, thus the financial potential of the public to invest in insurance;
- **Unemployment** – unemployed population expressed as % of entire population, this is a significant indicator of economic instability, therefore rationally expected to be reflected to insurance development as well, as the higher the unemployment, the lower the purchasing power.

2. Financial literacy and inclusion indicators:

- **Financial Literacy Index**²²¹ – According to the Standard and Poor’s Rating Services Global Financial Literacy Survey, Albania was placed at the bottom of the pyramid, with a level of financially literate of 14%, sided by Yemen and Afghanistan²²². Also according to a survey-based study conducted by the Bank of Albania in 2011²²³, it resulted that about 52% of the participants had never heard of an insurance product. the;
- **FINDEX**²²⁴ - an index, established by the World Bank, expressing financial penetration in a country by measuring the part of adult population that has at least a banking account, may prove significant regarding insurance market development as a complement of the financial literacy index.

3. THE METHODOLOGY

The Dependent Variables: Based on the observation of the results above, it seems that the indicators are on the same pace; therefore, all can differentiate between the markets, however, in order to see which are the most significant, a rather simple formula of correlation was employed (in excel):

Pearson’s Coefficient of Correlation²²⁵:

$$r = \frac{\sum(x-\bar{x})(y-\bar{y})}{\sqrt{\sum(x-\bar{x})^2} \sqrt{\sum(y-\bar{y})^2}}$$

Where, \bar{x} - mean of X variable
 \bar{y} - mean of Y variable

Since the four indicators above are not logically related or dependent upon one-another, a correlation matrix was produced, as follows:

Table 3: Matrix of Correlation Coefficients

	MTPL/GWP (%)	Life GWP/Total GWP (%)	Insurance Penetration (GWP/GDP) (%)	Insurance Density (GWP/Capita) (%)
MTPL/GWP (%)	1	-0.88	-0.74	-0.87
Life GWP/Total GWP (%)	-0.88	1	0.57	0.88
Insurance Penetration (GWP/GDP) (%)	-0.74	0.57	1	0.64
Insurance Density (GWP/Capita) (%)	-0.87	0.88	0.64	1

As can be inferred from the table above, the highest correlations are between:

1. MTPL to GWPS and Life Insurance GWPs to Total GWPs indicator (negative 0.88);

²²¹ Accessible at: <https://www.theatlantic.com/charts/VJDhtA8Xe>

²²² Accessible at: <https://news.gallup.com/poll/186680/two-three-adults-worldwide-financially-illiterate.aspx>

²²³ Financial Literacy in Albania: Survey Results for Measuring Financial Literacy of the Population, 2011

²²⁴ The Global Findex Database 2017, World Bank Group, Accessible at: <https://globalfindex.worldbank.org/>

²²⁵ Accessible at: <https://businessjargons.com/karl-pearsons-coefficient-of-correlation.html>

2. MTPL to GWPS and Insurance Density (negative 0.87);
3. Life GWPs to Total GWPs and Insurance Density (positive 0.88).

MTPL indicator is negatively correlated with the other two indicators, because the lower MTPL concentration the better, while for instance the higher the Life Insurance GWPs, the better.

Although Insurance Penetration and Insurance Density are similar indicators, they do not appear to be significantly correlated, as is the case for Insurance Penetration indicator and the other two indicators. By reasonable thinking the Insurance Density is a more accurate indicator because it measures the spread of insurance directly into the population, while the GDP is not such a concrete figure. Therefore, given the rather significant correlations of Insurance Density Indicator with MTPL and Life Insurance Indicator, as well as the correlation between those two, it seems unnecessary to keep the Insurance Penetration indicator. The other three are the most correlated and the most significant.

The Independent Variables: In order to depict how significant, the independent variables are in the movement of the dependent ones, the Pearson’s coefficient of correlation are summarized in the table below:

Table 4: Independent and Dependent Variables Pearson Correlation Coefficients

<i>Dependent Variables/Independent Variables</i>	MTPL/GWP (%)	Life GWP/Total GWP (%)	Insurance Density (GWP/Capita) (%)
Average Net Salary (EUR)	-0.2945	-0.0467	-0.0585
GDP/Capita (PPP)	-0.6730	0.6852	0.6174
Rate of Unemployment (%)	0.2228	-0.6248	-0.3229
Financial Literacy Index	-0.8017	0.6930	0.5803
Financial Inclusion (FINDEX - % of adults with bank account)	-0.8675	0.7352	0.9147

- **Average Net Salary**, as can be observed from the table, although rationally thought to be relevant in the development of insurance market, it appears to have almost no significance. This could also be due to possible data inaccuracy, as sometimes countries lack precision in surveys, or some of them might even be inflated, in order to reveal a false sense of economic prosperity.
- As for **GDP/Capita**, some degree of correlation, although not significant enough, exists with all three dependent variables.
- Regarding **Unemployment**, it is interesting noting that while there is no significant effect of this variable in MTPL and Insurance Density dependent variables, there is some negative correlation, though not significant enough with the Life GWPs dependent variable. This could be pure coincidence; however, it may also fall in place with the analogy that the higher the unemployment, the lower the chances of people receiving life insurance, not only due to the fact that unemployed people lack income to purchase insurance, but also due to the possible fact that a considerable part of the institutions facilitate or encourage some form of life/health insurance for their employees.
- **Financial Literacy**, demonstrates some considerably significant, of course negative correlation with the MTPL dependent variable, although some, but not highly significant correlation with the Life GWPs variable, and even less with Insurance Density variable. The existence of correlation with MTPL variable is to be expected, as the saying goes, you would never buy something you hardly know anything about.
- **Financial Inclusion**, is the most significant independent variable, since it demonstrates considerable correlation with all three dependent variables. This fact goes along with the logical reasoning that the more the public is in touch with financial instruments, the more likely they are to be exposed to and utilize other financial services, such as being offered an overdraft due to having a bank account, or even receiving a promotion by the bank acting as a broker for an insurance cover etc.

4. LIMITATIONS OF THE STUDY

Because our sample is really small, there is not much of an option to remove an outlier if needed because, it would reduce the sample even further and might affect the relevance of the study. But left intact, the outlier would still

probably produce irrelevant results. Here we can mention Macedonia, with a low Financial Literacy score (21), while having a disproportionally high value for Financial Inclusion (77).

Although some logically significant independent variables turned out to be insignificant, as in the case of average salary, in some instances accuracy of data, could possibly be the cause. It has been noted that some particular data varies from source to source, especially average wage, or GDP related data.

5. CONCLUSIONS

From the tests conducted above, it results that:

- MTPL share of GWPs, together with the share of Life Insurance to GWPs and the Insurance Density Ratio are significant indicators to assess how developed an insurance market is. The lower the MTPL to GWPs, the higher the share of Life Insurance GWPs to overall GWPs and the higher the Insurance Density Ratio, the more developed the market is.
- **Financial Inclusion** and **Financial Literacy** turned out to be the most significant factors that can influence the three indicators above, thus the insurance market development. For this, reason, in order to bring about positive changes in the insurance market, more emphasis should be placed on these two areas by the government and the supervisory authorities.

6. FINAL THOUGHTS

Insurance should be regarded as a necessity and not as a tax imposed on the public. While this is the mentality in less developed insurance markets, where MTPL GWPs predominate and Life Insurance GWPs carry no significant weight, only promotion and popularity of voluntary insurance items, such as life and property can really deliver a change. It occurs from this paper that the most effective way to go about it is by largely attempting to increase Financial Inclusion and Financial Literacy. Some useful approaches to achieve this might be:

- Raising public awareness of insurance through events (fairs, celebrations such as assigning an insurance day etc.), while education and internships should be a viable way in pushing for increase of financial literacy and even financial inclusion.
- By offering a tax incentive for insurance, the Government might play an effective role in further enhancing the insurance market by providing more stimulus for the public to be drawn towards insurance products, especially life insurance.
- Given the agricultural advantage of the region, an inclusive insurance or micro-insurance scheme would probably prove beneficial, while offering a diversification in the insurance market's current structure.
- Introducing more compulsory insurance products, such as professional liability or EAR and CAR insurance, however, this is not regarded as one of the best approaches for the market development, as, while it might benefit both the market and the consumer in general, it does not primarily promote a free and open insurance market where supply and demand meet.

Given the similar reality the insurance markets in the Western Balkan share in common, the above suggestions may also be regarded as beneficial by other countries in the region, suffering the same condition.

REFERENCES

- [1] Albanian Financial Supervisory Authority, Supervision Report 2016 (<http://amf.gov.al/pdf/publikime2/mbikeqyrje/SupervisionReport2016.pdf>)
- [2] Central Bank of Kosovo, Financial System, Monthly Information, December 2017 (https://bqk-kos.org/repository/docs/2017/Financial%20System_Dember%202017.pdf)
- [3] Central Bank of Kosovo, Financial Stability Report, Number 11, July 2017 (https://bqk-kos.org/repository/docs/2017/CBK_FSR_11.pdf)
- [4] Kosovo Agency of Statistics, Kosovo in Figures 2016 (<http://ask.rks-gov.net/media/3672/kos-in-figures-2016.pdf>)
- [5] Montenegro Insurance Agency, IZVJEŠTAJ O STANJU NA TRŽIŠTU OSIGURANJA U CRNOJ GORI za 2016. Godinu (https://www.ano.me/en/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=2&Itemid=69)

- [6] Macedonia Insurance Supervision Agency, 2016 Annual Report, The Insurance Market in the Republic of Macedonia
(http://www.aso.mk/dokumenti/izvestai/godisni/prevod-%20GI%20Pazar_2016_final.pdf)
- [7] Macedonia Insurance Supervision Agency, Report on Business Performance of the Insurance Undertakings for the Period 1-31.12.2017
(http://www.aso.mk/dokumenti/izvestai/kvartalni/4Q%202017_Osiguritelni%20kompanii_ang.pdf)
- [8] National Bank of Serbia, Report for 2017
(https://www.nbs.rs/internet/english/60/60_6/insurance_IV_2017.pdf)
- [9] Insurance Agency of Bosnia and Herzegovina, Statistics of Insurance Market in Bosnia and Herzegovina, 2016 Annual Report
(<http://www.azobih.gov.ba/cms/dokumenti/publikacija-en-16.pdf>)
- [10] Ceca K., Koleniço A., Isaku E., Haxhimusaj B., “Financial Literacy in Albania: Survey Results for Measuring Financial Literacy of the Population”, 2011, 21
(https://www.bankofalbania.org/rc/doc/Financial_literacy_in_Albania_Survey_results_for_measuring_financial_literacy_of_the_population_2011_6910_2_7465.pdf)
- [11] Sigma No 3/2018: World insurance in 2017: Solid, but mature life markets weigh on growth
(http://www.swissre.com/library/publication-sigma/sigma_3_2018_en.html)
- [12] XPRIMM Insurance Report 2016
(<https://datacatalog.worldbank.org/dataset/world-development-indicators>)
- [13] Global financial literacy ranking
(<https://www.theatlant.com/charts/VJDhtA8Xe>)
(<https://news.gallup.com/poll/186680/two-three-adults-worldwide-financially-illiterate.aspx>)
- [14] The Global Findex Database 2017, World Bank Group
(<https://globalfindex.worldbank.org/>)
- [15] Karl Pearson’s Coefficient of Correlation
(<https://businessjargons.com/karl-pearsons-coefficient-of-correlation.html>)
- [16] <https://datacatalog.worldbank.org>,
- [17] <https://www.worlddata.info>,
- [18] <https://www.numbeo.com/>

METHODS OF IDENTIFICATION OF SCOPE OF THE DAMAGE AND INDEMNIFICATION IN CREDIT INSURANCE

Nada Petrusheva

FON University – Skopje, Republic of Macedonia nada.petrusheva@fon.edu.mk

Aleksandar Nikolovski

FON University – Skopje, Republic of Macedonia aleksandar.nikolovski@fon.edu.mk

Abstract: Credit insurance is the optimal solution for appropriate protection in credit risks when performing financial transactions in international trade. The major objective of the credit insurance is securing of the export credit/ the foreign claim and compensation of the damage if the insured event happens. Credit insurance provides security for the exporters when they sell goods on credit in terms of the payment of their claims insured with credit insurance. In case of realization of the credit risks covered with the insurance policy, the insurer has an obligation to pay the damages.

Keywords: export credit, credit risks, export credit insurance, damage, indemnification

Резиме: Кредитното осигурување претставува најоптимално решение за соодветна заштита од кредитните ризици при извршувањето на финансиските трансакции во меѓународната трговија. Основна цел на кредитното осигурување е обезбедување на извозниот кредит, односно на девизното побарување од странство од кредитни ризици и надомест на штета доколку осигурениот случај настане. Тоа им обезбедува сигурност на извозниците при продажба на стока на кредит и тие не мора повеќе да се грижат дали ќе ги наплатат своите побарувања кога ги имаат осигурено од кредитни ризици. Доколку дојде до остварување на кредитните ризици покриени со полисата за осигурување, осигурителот има обврска да ја надомести непосредната штета што осигуреникот ја претрпел.

Клучни зборови: извозен кредит, кредитни ризици, кредитно осигурување, штета, надомест на штета

1. ВОВЕД

Меѓународните трговски трансакции се реализираат во многу посложени услови од оние кои се присутни на домашниот пазар, па заради тоа осигурувањето на извозни кредити треба да се користи како главен инструмент за заштита на извозниците, кои во своето надворешно-трговско работење се изложени на бројни кредитни ризици.

Осигурувањето на извозни работи опфаќа осигурување на побарување од странскиот купувач-должник по основ на реализиран извоз на стоки и услуги, како и осигурување на други имотни интереси на домашните инвеститори во странство, од комерцијални и некомерцијални ризици. Навремената наплата на побарувањата од купувачите е многу значајна за одржување на ликвидноста на компанијата на оптимално ниво.

2. ШТЕТИ КАЈ КРЕДИТНОТО ОСИГУРУВАЊЕ

Штета во кредитното осигурување претставува финансиска или материјална загуба што ја претрпува осигуреникот (извозникот или инвеститорот), а која настанува со остварување на кредитните ризици. Штетата може да се појави во форма на дефинитивна загуба на имот во странство или на финансиски средства како резултат на неможноста за наплата на побарувањето или привремена загуба на ликвидни финансиски средства заради неизвршување на обврските од страна на должникот во договорениот рок.

Кај кредитното осигурување се надоместуваат само непосредните штети кои настанале поради остварување на кредитните ризици и тоа дефинитивна загуба на финансиски средства, а по исклучок во одредени случаи и привремена загуба на финансиски средства. Дефинитивната загуба на финансиски средства е загуба на финансиски средства поради инсолвентност на должникот која се должи на стечај, принудно порамнување вон стечај, вонсудско порамнување со сите доверители, неможност на наплата по пат на присилно извршување и сл.

Покрај случајот на инсолвентност на должникот, кај сите осигурувања на извозни кредити од некомерцијални ризици, на осигуреникот му се надоместува конечната загуба на финансиските средства ако

штетата настанала како резултат на ризици кои се покриени со осигурителната полиса. Станува збор за следниве некомерцијални ризици: национализација, експропријација, други принудни мерки донесени од државата во која се наоѓа консигнационото складиште на осигуреникот или каде што тој изведува инвестициони работи и сл. На осигуреникот штетата му се надоместува дури кога таа ќе биде дефинитивно утврдена. Во случај, кога како должник се јавува државна институција против која и не може да се води спор, со самиот чин на неплаќање во еден разумен рок (најчесто 6 до 9 месеци од доспеаноста на побарувањето) се смета дека дошло до дефинитивна неможност за наплата.

Привремена загуба на финансиски средства постои кога должникот нема да ја исполни својата обврска во договорениот или дополнително одобрените рок, односно кога во тие рокови немал можност да го исплати својот долг поради мерки пропишани од државни органи.²²⁶ Значи, до привремено губење на финансиски средства доаѓа со остварување на ризикот неплаќање од страна на должникот во договорениот или дополнително дадениот рок, како и кога настануваат политички ризици после чие остварување должникот доаѓа во ситуација да не може да го плати својот долг (разни мерки од страна на државата кои имаат привремен карактер како што е случајот со мораториум на трансфери). Во случаите кога претпријатијата се соочуваат со привремена загуба на финансиски средства, тие ја чувствуваат потребата од дополнителни парични средства неопходни за тековно работење. Со цел за олеснување на финансиската ситуација на претпријатијата, банките им нудат краткорочни кредити врз основа на полисата за осигурување, со која фирмите го имаат осигурено своето девизно побарување. Во овој случај полисата за осигурување на банката и служи како гаранција дека претпријатието ќе го врати кредитот.²²⁷

3. УТВРДУВАЊЕ НА ВИСИНАТА НА ШТЕТАТА КАЈ КРЕДИТНОТО ОСИГУРУВАЊЕ

Кај кредитното осигурување можат да се јават потешкотии при утврдувањето на висината на надоместот кој му припаѓа на осигуреникот. Со настанувањето на осигурениот случај не е спорно дали осигуреникот стекнал право на надомест на штета од осигурувањето, туку дискутабилно е прашањето за одредување на висината на надоместот, бидејќи трговскиот договор помеѓу извозникот и странскиот партнер е сеуште во фаза на извршување. Заради тоа, осигурителите во своите општи услови за осигурување предвидуваат неколку одредби со цел да му овозможат на осигуреникот надомест на штета што реално ја претрпел. Постојат неколку начини за утврдување на висината на штетата што на осигуреникот ќе му се надомести од осигурувањето.

Прво, кога извозникот се јавува и како производител на стоката наменета за странски купувач, како штети кои се покриени со осигурувањето се земаат вистинските трошоци кои се направени во врска со производството. Така на пример, при утврдување на штетите се земаат во предвид следниве елементи: трошоци за истражување и изработка на модел - доколку се вкalkулирани во цената на производството; трошоците за работна сила; трошоци за набавка на материјали потребни за производство; режиските и други трошоци кои редовно влегуваат во цената на производството. Од вкупната вредност на сите овие трошоци, потоа се одбива онаа сума која нарачателот веќе ја уплатил како аванс (обично 15% од вредноста на извозниот кредит) и износите што можат да се добијат со продажба на веќе набавените материјали или произведени делови.

Второ, кај осигурувањето на побарувањето за испорачана стока според условот „со откуп на документи“, доколку купувачот одбие да ги откупи документите од извозникот, при утврдување на штетата се зема негативната разлика која ќе се јави помеѓу цената по која извозникот - осигуреникот му ја фактурирал стоката на првиот купувач и цената по која ќе успее таа стока да ја препродаде, како и сите други трошоци кои биле разумно направени со цел стоката да се продаде, или пак доколку не се продаде да биде вратена во земјата. Меѓутоа од вака утврдените трошоци треба да се одбијат оние кои осигуреникот успеал да ги заштеди како на пример, трошоците за превоз, трошоците за истоварување и сл., а кои биле вкalkулирани во фактурата на купувачот.

Трето, кај осигурување на извозен кредит по испорака на стока, која купувачот ја прифатил, како штета се смета целото побарување или дел од побарувањето што дефинитивно не може да се наплати од должникот. При утврдувањето на висината на штетата се земаат во предвид фактурната вредност на

²²⁶ Николовски, А., Осигурување и реосигурување, Скопје, 1997

²²⁷ Kokić, L., Osiguranja izvoznih kredita, Beograd, 1985

испорачаната стока, каматата за кредитот како и трошоците кои осигуреникот ги направил спогодбено со осигурителот за обезбедување на своето побарување.

Четврто, посебна тешкотија за утврдување на висината на надоместот од осигурувањето претставуваат случаите кога осигурениот износ е помал од износот на побарувањето. Овде станува збор за подосигурување и бидејќи осигуреникот извршил осигурување само на еден дел од вредноста на побарувањето, тој сам го сноси ризикот за делот кој не го осигурал.²²⁸ Во вакви случаи осигуреникот се смета за сопствен осигурител на неосигурениот дел од вредноста на побарувањето. Значи доколку осигурениот износ (осигурената сума) е помал од износот на побарувањето од купувачот, осигурителот ќе го надомести само оној дел од штетата до висина на осигурениот износ од девизното побарување, а за преостанатиот дел одговорноста ја сноси осигуреникот.

Во условите за осигурување на извозни кредити секогаш е предвидена можноста осигурителот да му даде аконтација за штетата на осигуреникот, односно определен процент од надоместот доколку дефинитивната штета не може да се утврди во определениот рок (обично шест месеци од денот на настанувањето на штетата).²²⁹ Меѓутоа, битно е да се нагласи дека исплатата на аконтацијата од страна на осигурителот, не значи и дека осигурителот дефинитивно ја признал својата обврска за надомест на штетата, ниту пак се има за цел да се прејудира прашањето за обемот на надоместот.

4. НАДОМЕСТ НА ШТЕТА КАЈ КРЕДИТНОТО ОСИГУРУВАЊЕ

Кај кредитното осигурување, утврдувањето на постоење на осигуреното побарување како дефинитивна загуба која осигуреникот ја претрпел, по правило трае подолго отколку што е тоа случај кај другите видови на осигурувања. Поради разликата во природата на предметот на осигурување нормално е и материјалните докази за настанување на осигурениот случај да се разликуваат. Сето ова ги навело осигурителите на извозни кредити, правото на осигуреникот за надомест од осигурување да го условат со „конститутивен рок“²³⁰ т.е. време кое мора да измине од настанувањето на осигурениот случај до исплатата на штетата. На овој начин точно се знае дека не се работи за привремена загуба, туку за стварна дефинитивна загуба, со што осигурителот ја избегнува секоја грешка да му исплати надомест на осигуреникот кога е во прашање само задоцнување на должникот во извршувањето на неговите обврски.

Во зависност од природата и карактеристиките на секоја кредитна работа, осигурителите во своите општи и посебни услови за осигурување предвидуваат различни рокови за исплата на надоместот. Така рокот кој најчесто се среќава и според кој осигурителот има обврска да му ја надомести претрпената штета на осигуреникот е шест месеци, а овој рок се смета од денот на доспевањето на побарувањето. Во случај неплаќањето на побарувањето да е предизвикано заради политички случувања во земјата на должникот, осигуреникот со истекот на овој рок стекнува право на надомест. Ист рок е предвиден и во случај на општ мораториум на плаќањата во земјата на должникот и во случај на настанување на катастрофални елементарни несреќи после кои должникот не е во состојба да го исплати својот долг. Пократок рок е предвиден во случај на неплаќање на побарување заради забрана на трансфери во земјата на должникот.

Кај осигурувањето на извозни кредити осигурителот ќе ја изврши обврската од договорот за осигурување, доколку осигуреникот по настанувањето на осигурениот случај го докаже своето право за надомест на штета. Така, осигурителот пред да донесе одлука за надомест на штета на осигуреникот треба да утврди:

- дали барањето за надомест на штета го поднело лице кое може да бара надомест на штета. Кај осигурувањето на извозни кредити од комерцијални и некомерцијални ризици, во најголем број на случаи осигуреникот е тој кој поднесува барање за надомест на штета. Кога осигурениот случај ќе настане, осигуреникот е должен веднаш да го извести осигурителот и да му достави барање за надомест на штета. Значи, право на надомест од договорот за осигурување на извозни кредити може да има само лице кое во моментот на настанување на осигурениот случај имало материјален интерес штетата да не настане. Покрај осигуреникот, барањето може да биде поднесено и од страна на комерцијалната банка на која е винкулирана полисата за осигурување.

- дали барањето за надомест на штета се однесува на побарување кое било осигурено. Според општите услови за осигурување на извозни кредити, осигуреникот има обврска по

²²⁸ Radović, Z., *Osiguranje izvoznih kredita*, Institut za uporedno pravo, Beograd, 1989

²²⁹ Николовски, А., *Осигурување и реосигурување*, Скопје, 1997

²³⁰ Jovanović, V., *Osiguranje izvoznih kredita, Ugovori o međunarodnoj trgovini III*, Beograd, 1985

настанување на осигурениот случај, на барање на осигурителот, да му овозможи контрола на книговодствената и друга евиденција како и на целокупната документација во врска со осигуреното побарување. Со оваа контрола осигурителот утврдува дали барањето за надомест на штета се однесува на побарување кое било осигурено.

- дали осигурителот е погрешно насочуван од осигуреникот при склучувањето на договорот за осигурување. Кај осигурувањето на извозни кредити, извозникот кој сака да склучи договор за осигурување има обврска да му ги пријави на осигурителот сите околности кои се значајни за оценка на ризикот. Доколку извозникот намерно даде неточна пријава или намерно премолчи некоја околност заради која осигурителот не би склучил договор за осигурување, во тој случај тој има право да бара поништување на склучениот договор. Доколку се работи за ненамерно неточно пријавување на околностите кои се значајни за оценка на ризикот, осигурителот може да изјави дека го раскинува договорот или да му предложи на осигуреникот зголемување на премиската стапка сразмерно на зголемениот ризик. Осигурителот може да постапи на еден од наведените начини во одреден рок од сознанието за неточноста или непотпноста на пријавата. Меѓутоа осигурителот не може да се повика на неточност на пријавата или на премолчување на околности кои се значајни за оценка на ризикот, ако околностите кои се во прашање му биле познати или не можеле да му останат непознати.

Според англиското право, договорот се смета за неважечки во случај осигуреникот да го премолчи материјалниот факт кој се однесува на оценка на ризикот а кој му бил познат или требало да му биде познат. За да се намали дејството на ваквото решение, со закон е утврдено кои известувања осигуреникот не е должен да ги даде на осигурителот: ако се работи за околност која го смалува ризикот, околност за која се претпоставува дека е позната на осигурителот, околност за која осигурителот стриктно не сакал да знае или околност со која е непотребно да се запознае со оглед дека договорот за осигурување не дозволува истата да влијае на можноста на остварување на ризикот.

Според американската судска пракса осигуреникот нема право на надомест на штета ако кредитната способност на должникот не е утврдена на начин како што е одредено со полисата за осигурување.²³¹

- дали барањето за надомест на штета се однесува на штета која настанала како последица на осигурен ризик. Ризиците како што се заплenuвање, оштетување или уништување на стоката од страна на државата, потоа национализација, експропријација или други мерки донесени од државата на должникот, претставуваат ризици кај кои се осигурува одредена причина после која може да настане губење на побарувањето. Меѓутоа во случај на покривање на ризици како што се неплаќање на долгот во предвидениот рок кога должник е државата, во прашање е ризик кој сам по себе претставува губење на побарувањето, значи-ризици последица. Во врска со ова потребно е да се укаже на фактот дека неплаќањето на долгот како ризик, несомнено е полесно да се докаже при осигурувањето на извозни кредити од некомерцијални ризици отколку кај комерцијалните. Така кај осигурувањето на извозни кредити од некомерцијални ризици, самиот факт на неплаќање од страна на државата должник го докажува настапувањето на ризикот.

- дали осигуреникот со своите постапки или пропусти, предизвикал или придонел за настанување на штетата. Ако осигуреникот намерно или од крајно невнимание не води грижа за осигуреното побарување и со своите постапки придонел да дојде до остварување на осигурениот случај, осигурителот има право да одбие исплата на штета.

Конечно, ако осигуреникот не ја исполни својата договорна обврска за спречување на настанување на осигурениот случај, односно ако не преземе мерки по барање на осигурителот со цел намалување на штетните последици, обврската на осигурителот се намалува за делот од штетата кој може да се препише на несовесноста на осигуреникот. Условите за осигурување предвидуваат можност осигурителот да го намали надоместот од осигурувањето ако штетата е зголемена со некоја постапка на осигуреникот.

Еден од начините да се спречи злоупотребата во осигурувањето на извозните кредити е во договорот да се предвиди „каренца“²³² – мерка која на осигурителот му дозволува да одбие надомест на штета, ако осигурениот ризик се оствари непосредно по склучувањето на договорот за осигурување. Ова решение кај осигурувањето на извозни кредити не е распространето, но не е непознато. Така на пример,

²³¹ Miller, J. M., Credit Reporting Systems and the International Economy, The MIT Press Cambridge, Massachusetts London, 2003

²³² Radović, Z., Osiguranje izvoznih kredita, Institut za uporedno pravo, Beograd, 1989

германската приватна компанија за осигурување на извозни кредити Euler & Hermes AG, кога врши осигурување на побарувања од странски должници од политички ризици, во своите општи услови на осигурување ја предвидува мерката каренца. Траењето на каренцата се движи до шест месеци, за ризици како што се војни и мораториум на трансфери. Ова решение секако дека има своја оправданост во одредени ризични ситуации.

5. ЗАКЛУЧОК

Надоместот на штетата при осигурувањето на извозните кредити е едно од најважните прашања што произлегува од правните односи помеѓу странките. Осигурителот има обврска да ја надомести штетата доколку настане осигурениот случај, што всушност претставува штета покриена со осигурувањето, а за која осигуреникот има право да бара надомест согласно условите од договорот за осигурување. Поради тоа исплатата на надоместот од осигурување се смета за најголема обврска на осигурителот која е должен да ја исполни во определениот рок. Овој рок се смета од моментот кога се исполнети условите за исплата на надоместот, т.е од денот кога постои правна основа за исплата (настанување на осигурениот случај) и кога висината на надоместот ќе биде утврдена.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Miller, J. M., Credit Reporting Systems and the International Economy, The MIT Press Cambridge, Massachusetts London, 2003.
- [2] Николовски, А., Петрушева Н., Економика на осигурување, Скопје, ФОН Универзитет, pp. 427-435, 2011.
- [3] The Arrangement on Guidelines for Officially Supported Export Credits. Washington, DC: OECD, 1998.
- [4] Berne Union Agreements, Understandings and Obligations in the Export Credit Insurance Field. London: Berne Union, 1989.
- [5] Collection of Histories of Members, International Union of Credit Insurers, Paris, Berne Union, 1973.

ASSESSMENT OF WEBSITES QUALITY OF THE MINISTRIES OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA

Kalina Trenevskа Blagoeva

Faculty of Economics, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, kalina@eccf.ukim.edu.mk

Marina Mijoska Belsoska

Faculty of Economics, Ss. Cyril and Methodius University in Skopje,
marina.mijoskabelsoska@eccf.ukim.edu.mk

Abstract: By using e-government websites, all stakeholders can receive benefits. Citizens can receive better and more convenient services, businesses can reduce their cost while dealing with institutions and governments can reduce operation and management costs. For more than two decades, governments around the world are making their services available online via e-government websites. However, there are determinants that influence whether constituents will embrace the use of e-government websites. The explored factors are based on information and system-quality aspects since the existing works indicate these quality aspects affect the use and user satisfaction. This study, primarily explores the factors that influence the adoption of e-government websites of all fifteen Ministries of the Republic of Macedonia. The research is performed using structured questionnaire that consists of several parts. The quality of the e-government websites was assessed by 6 parameters of the official websites and the binary choice of the answers on the chosen statements (I agree/ I don't agree). Graduate students were trained to perform the analysis by checking the ministries' websites. The first determinant is *Information quality* that was assessed by 4 statements. The second determinant of quality is *Information content parameters* assessed by 5 statements. The third quality factor concerning e-government websites that is analyzed is *Accessibility/ Navigation*. The *Usability/ Functionality/ Interactivity features* are considered to be the most important for achieving higher levels of the e-government websites sophistication. *Efficiency* and *Security/Barriers* were also assessed. From the analyses of the received questionnaires several conclusions can be made. Without doubt, information quality is perceived as satisfactory from all respondents. They agree that on all websites of the ministries information are accurate, on-time, relevant and precise. Concerning the second determinant –information content, the answers are mainly in line with the statements except the fact that on most of the sites there is no FAQs. The accessibility/navigation characteristics are viewed as satisfactory, except keyword search. The forth group of characteristics is assessed by 10 statements that reflect usability, functionality and interactivity. The results are more variable across the answers. Discussion forums for citizens and businesses are not present and online tracking of proposals is not possible. Transactions online are not available as feature. All ministries are present on social media. However, most of the respondents answered negatively when they were asked about the security. As an overall conclusion we can stress out that quality of the websites of the ministries of the Government of the Republic is satisfactory from the information quality and content, while parameters of quality such as interactivity and functionality are perceived as less satisfactory. Websites don't follow the same pattern, they are developed without compulsory functionalities and we can't find consistency in the solutions. However, the progress is obvious in the perception of the transparency, open data, information content and connectivity with the social media. Still, two-way interactions are not possible and that is the step that will be hard to achieve without improving the security and interoperability.

Keywords: e-government, website quality, Republic of Macedonia

ОЦЕНКА НА КВАЛИТЕТОТ НА ВЕБ СТРАНИЦИТЕ НА МИНИСТЕРСТВОТА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Калина Тренивска Благоева

Економски факултет, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, kalina@eccf.ukim.edu.mk

Марина Мијоска Белшоска

Економски факултет, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје,
marina.mijoskabelsoska@eccf.ukim.edu.mk

Резиме: Со користење на веб-страници на е-влада, граѓаните можат да добијат подобри и подостапни услуги, бизнисите можат да ги намалат трошоците во контактите со институции, а владите можат да ги намалат оперативните и управувачките трошоци. Повеќе од две децении, владите низ целиот свет ги прават своите услуги достапни преку интернет преку веб-страници на е-влада. Сепак, постојат детерминанти кои влијаат врз тоа дали конституентите ќе ја прифатат употребата на веб-страници на е-влада и така ќе ги користат услугите. Истражувањето се базираат на аспектите на квалитет на информациите и системите, бидејќи во литература се укажуваат на тоа дека овие аспекти влијаат врз употребата и задоволството на корисниците. Оваа студија првенствено ги истражува факторите кои влијаат на користењето на веб-страниците на сите петнаесет министерства во Република Македонија. Истражувањето е спроведено со користење на структуриран прашалник кој се состои од неколку делови. Квалитетот на веб-страниците на е-влада е оценет преку 6 параметри на официјалните веб-страници и бинарен избор на одговорите за избраните ставови/карактеристики (се согласувам / не се согласувам). Студентите на постдипломските студии беа подготвени и обучени да ја извршат анализата со проверка на веб-страниците на министерствата следејќи го дефинираниот прашалник. Првата одредница е *квалитетот на информациите* што беше оценета преку 4 ставови. Втората детерминанта на квалитетот е *содржината на информациите* оценета преку 5 карактеристики. Третиот фактор на квалитет во врска со веб-страниците е *пристапност/навигација*. Функциите *употребливост /функционалност /интерактивност* се сметаат за најважни за постигнување повисоки нивоа на софистицираност на веб-страниците на е-влада. *Ефикасноста и безбедноста*, како и *бариерите* исто така беа оценети. Од анализите на добиените прашалници може да се извлечат неколку заклучоци. Без сомнение, квалитетот на информациите се смета за задоволителен од сите испитаници. Тие се согласуваат дека на сите веб-страници на министерствата информациите се точни, навремени, релевантни и прецизни. Во врска со втората детерминанта- содржината на информациите, одговорите главно се во согласност со изјавите, со исклучок на фактот дека на повеќето од сајтовите нема најчесто поставувани прашања. Карактеристиките за пристапност / навигација се сметаат за задоволителни, освен за пребарување на клучни зборови. За четвртата група на карактеристики резултатите се поваријабилни низ одговорите. Форуми за дискусии за граѓаните и бизнисите не се присутни и онлајн следење на предлозите/предметите не е можно. Онлајн трансакции не се достапни како функција. Сите министерства се присутни на социјалните медиуми. Сепак, повеќето од испитаниците одговориле негативно кога биле прашани за безбедноста. Како општ заклучок можеме да истакнеме дека квалитетот на веб-страниците на министерствата на Владата на Републиката е задоволителен, но параметрите за квалитет, како што се интерактивноста и функционалноста, се сметаат за помалку задоволителни. Веб-страниците не се униформни, тие се развиваат без задолжителни функционалности и не можеме да најдеме конзистентност во решенијата. Напредокот е очигледен во перцепцијата на транспарентноста, отворените податоци, содржината на информациите и поврзувањето со социјалните медиуми. Двонасочните интеракции не се можни и тоа е чекор што ќе биде тешко да се постигне без подобрување на безбедноста и интероперабилноста.

Клучни зборови: Е-влада, квалитет на веб-страница, Република Македонија

1. INTRODUCTION

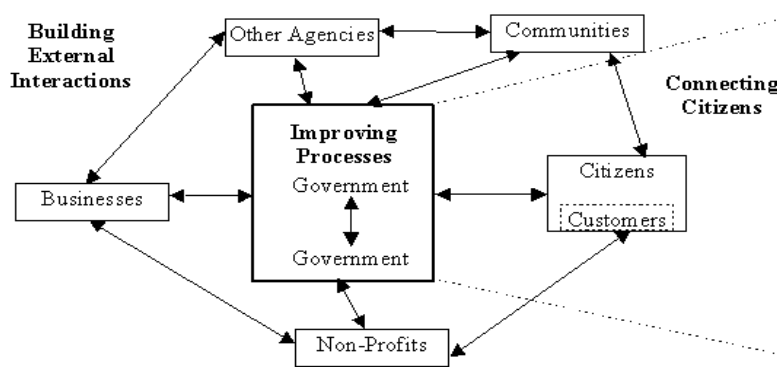
Digitalization in the context of public administration is known under the term e-government and it emerged in the late 1990s, although the history of computing in government can be traced back to the beginnings of computer history. Some definitions restrict e-government to Internet-enabled applications only, or only to interactions between government and outside groups. At the offset of the first wave of e-government, there are similarities in the definitions mentioning three goals: more efficient government, better services to citizens, and improved democratic processes (Grönlund, 2002). Nowadays, technological standards such as openness, usability, customization and transparency for public portals and interoperability between systems in agencies on different levels are a must for the implementation of e-government projects and are reflected in the definitions. Obviously, it is not only about services or technology; it is about reinventing the way in which governments interact with citizens, governmental agencies, businesses, employees, and other stakeholders (Löfstedt, 2005).

The term e-government is differently defined in the literature. Generally, it reflects the use of information and communication technologies (ICTs) in public administration to change structures and processes of government organizations (Löfstedt, 2005). But, the transition to e-government poses continuous challenges to Governments in

employing increasingly sophisticated websites as gateways to the information and services of government units (ministries). The high quality of those websites is needed for the successful adoption of e-government (Ziemba et al., 2014). Therefore the goal of this paper is to assess the quality and to explore the factors that influence the adoption of e-government websites of all fifteen Ministries in the Republic of Macedonia.

Generally, e-government means using information and communication technologies (ICTs) for supporting processes in government units, delivering e-services at different levels of maturity to government stakeholders (i.e. citizens, enterprises and government units); improving government transparency, citizen's participation, and democratic decision making; and cooperation, networking, and maintaining partnership relations between government stakeholders (Ziemba et al., 2014). There are three main domains of e-government: improving government processes or e-administration, connecting citizens or e-citizens and e-services and building external interactions or e-society, illustrated in Figure 1.

Figure 1: Domains for e-government initiatives



Source: Adapted from: S. Ntiro, e-government in Eastern Africa, KPMG, Dares Salaam, 2000, retrieved from <http://www.egov4dev.org/success/definitions.shtml>, accessed 15.05.2018

The most important goal of e-government is the delivery of faster and cheaper public services to citizens, business partners, employees, other agencies, and government agencies (Layne and Lee, 2001). One of the reasons why e-government is being adopted, is to strengthen transparency and accountability and to change the passive role that citizens as 'customers/clients' had (Dimitriu, 2008).

Having in mind that e-government is recognized as a major factor for achieving sustainable development for countries and society as a whole, the development of e-government is one of the strategic priorities of the country. The Government of the Republic of Macedonia has been making significant attempts to develop a proper framework for implementation of electronic public services (EPS) and the development of e-government. Over the past 15 years important steps were made in setting and developing of the national e-government infrastructure. Our country, guided by its aspiration to become an EU member state, starting from 2001 paves the way of modern e-society in general, with several important documents and national strategies focused to e-government. The first National Strategy for e-government was set for the period of 2010-2012. It incorporates the vision, goals and potential benefits associated with e-government. In the period that follows, the relevant documents of the Ministry of Information society and administration of the Republic of Macedonia, such as the National strategy for e-content development 2010-2015, the Public administration reform strategy 2010-2015 and the National strategy for e-inclusion 2011-2014 (MIOA, 2015) cover important projects in e-government services adoption and development. The current e-government strategy of the Republic of Macedonia is based upon a set of projects and initiatives which are stated in the latest Strategic plan of the Ministry of Information society and administration 2016-2018 (adopted in august 2015).

As a result of the Government's efforts to create a more efficient and transparent administration by presenting to the public all available services for both citizens and business entities the national e-government portal "uslugi.gov.mk" as gateway to access to information and services of the government units (ministries) was developed (MIOA, 2015).

Currently in the Republic of Macedonia among the most developed portals providing e-public services in the G2B segment are the e-public procurement (eProcurement system - EPPS), e-customs (the Single Window for Export/Import licenses and tariff quotas system - EXIM), corporate tax and VAT (the eTax service) and from March 2014, registration of a new company (the system for e-registration). The e-public services in the G2C segment are less developed in comparison with the G2B ones.

According to the latest UN e-government survey, the Republic of Macedonia is ranked 79th out of 193 countries by its e-government Development Index (EGDI), which represents a solid jump regarding 96th place in 2014, but a decrease regarding the 69th place in 2016. The EGDI (ranked 0-1) has increased in the Republic of Macedonia from 0.4720 in 2014, 0.5885 in 2016 to 0.6312 in 2018. In terms of the development of e-government and e-government index among the countries in the region, the Republic of Macedonia is ranked only ahead Bosnia and Herzegovina, while Albania, Bulgaria, Croatia, Greece, Montenegro, Serbia and Slovenia are ranked higher (UN E-Government Survey, 2018). Methodologically, the EGDI is a weighted average of Online Service Index, (OSI), Telecommunication Infrastructure Index, (TII) and Human Capital Index, (HCI). These indexes for the Republic of Macedonia score 0.7153; 0.4859 and 0.6924 respectively (UN E-Government Survey, 2018). In comparison to 2016, when the HCI was the highest component of EGDI (mainly due to the Government policies and measures in education), in 2018 the highest component is the OSI. Although the OSI is increased regarding 2016, from 0.6312 to 0.7153, the Republic of Macedonia must continue to focus its effort on improving the quality and scope of online services especially in the G2C segment. The lowest index in this group, as in 2016, is the TII, which means that the country must focus and follow the global trend in technology development.

Regarding the E-participation defined “as the process of engaging citizens through ICTs in policy, decision making, and service design and delivery so as to make it participatory, inclusive, and deliberative” (United Nations, 2013), the Republic of Macedonia is ranked 71 out of 193 countries with e-participation index - EPI of 0.7022. This represents a solid jump regarding 134th place in 2014, but a decrease regarding the 65th place in 2016. Methodologically, the E-Participation Index (EPI) is based on the following three components: (i) e-information – availability of online information; (ii) e-consultation – online public consultations, and (iii) e-decision-making – directly involving citizens in decision processes.

According to the available data of the State Statistical Office, in the first quarter of 2017, 73.6% of the households had access to the Internet at home. Almost all, 91.2%, of the households with Internet access had broadband (fixed or mobile) connection to the Internet. In the first quarter of 2017, 74.5% of the total population aged 15-74 used the Internet, and 61.9% used the Internet every day or almost every day. Of the Internet users in this period, 82.5% used a mobile phone or a smart phone for accessing the Internet away from home or work (State Statistical Office, Information Society, News Release 8.1.17.33). According to Eurostat, in 2017, 22% of individuals who used internet within the last year has used it for interacting with public authorities (Eurostat, 2018). The purpose of usage of EPS by individuals is presented in Table 1.

Table 1: Using the Internet for interacting with public authorities in the last 12 months

Purpose and type of internet use	% of individuals who used internet within the last year
Interaction with public authorities websites	22
Obtaining information from public authorities websites	16
Downloading official forms from public authorities' websites	13
Submitting completed forms (E-sending filled in forms to public authorities' websites)	9

Source: Adapted from Eurostat, <http://eurostat.ec.europa.eu/>, 2018

Regarding the e-public services in the G2C domain, one of the major priorities of the Government of the Republic of Macedonia is increasing the quality of administrative e-services to citizens. Therefore, the E-Documents Project is aimed to increase efficacy of state institutions and offer citizens quick, simplified and more efficient administrative services, through implementation of a solution that will enable electronic exchange of documents among institutions (www.mioa.gov.mk).

2. METHODOLOGY AND RESULTS

Websites are part of our everyday life and are used to exchange and to convey information between user and other parties. Despite website proliferation, assessment of website quality remains a challenging area of research (Herceg

and Kritzenberger, 2001). Quality relates to customer satisfaction and also with the level of accomplishment of user expectation when interfacing a website (Moustakis et al., 2004).

E-government websites/portals provide a single point of access to government services via the Web-enabled interface (Ziemba, 2016). Such websites deliver convenient online access to EPS for government stakeholders. Thanks to them, enterprises and citizens can interact with government units (ministers) as well as vice versa, government units can cooperate and communicate to all stakeholders. Therefore, e-government websites strongly influence successful adoption of e-government in general (Chua et al., 2012). By using e-government websites, all stakeholders can receive multiple benefits. Citizens can receive better and more convenient service, businesses can reduce their cost while dealing with institutions and governments can reduce operation and management costs. For the government, the more citizens use e-government, the more operation and management costs are reduced. For these reasons, governments around the world are making their services available online via e-government websites. In the literature, there are various definitions of quality and different theories i.e. models for assessing the quality of e-government websites. The quality and reliability, as well as accessibility and privacy of the e-government websites is a crucial factor for the successful implementation of the information society. Regarding the concept of quality it is considered multidimensional, consisting of many criteria like quality of service perspective, a user perspective, a content perspective or a usability perspective.

Having in mind the importance of use of the e-government websites, different approaches/frameworks of assessment of website quality of e-government have been explored in the literature in last years (Almalki et al., 2013; Ziemba et al., 2014). In general, for assessing the quality of e-government websites three aspects of quality are important: system, information and service quality. System quality can be viewed as a measure of e-government portals' functionalities and it is comprised of four constructs: usability, responsiveness, ease of access and privacy. Information quality is defined as the measure of the value which the information provides to a user. More specifically information quality can be described by four constructs: accuracy, dependability, coverage and ease of use. Service quality focuses on four others: empathy, interactivity, playfulness and aesthetic (Chua et al., 2012; Ziemba et al., 2014).

However, there are determinants that influence whether constituents will embrace the use of e-government websites. The explored factors are based on information and system-quality aspects since the existing research indicate these quality aspects affect the use and user satisfaction (Cullen and Hernon, 2004; Bevan, 1999). This study, therefore, primarily explores the factors that influence the adoption of e-government websites of all fifteen Ministries in the Republic of Macedonia. The research is performed using structured questionnaire that consists of 6 parts. The quality of the e-government websites was assessed by 6 characteristics of the official websites and the binary choice of the answers on the chosen statements (I agree/ I don't agree). Graduate students were trained to perform the analysis by checking the Ministries' websites. The first determinant is *Information quality* that was assessed by 4 statements (Accuracy- Information on e-government website is free from errors, Timeliness-Information on e-government website is up-to-date, Relevancy- Information on e-government website is relevant to the site, Precision- Information on e-government website is easy to read and understand). The second determinant of quality is *Information content parameters* assessed by 5 statements (Completeness-Information on e-government website is sufficient for the task, Ministry's agenda and priorities are on the website, Latest and upcoming events are on the website, Important announcements/decisions are on the website, Tenders announcements are on the website, Organizational structure (list of departments) are on the website/names of officials, FAQs are on the site, Relevant documents/laws are on the site, Relevant forms are on the site). The third quality factor concerning e-government websites that is analyzed is *Accessibility/ Navigation* (Site map/Description of how the website is arranged, Information in other languages, Keyword search, Visible link to return to the home page, Indicate Doc or PDF or image if linked as download, Effective use of dropdown menus/ tabs/hierarchical structures, Differentiate between links to internal pages and external websites, Categorization/visible grouping/logical structuring of information, Highlight hyperlinks on mouse over). The *Usability/ Functionality/ Interactivity parameters* are considered to be the most important for achieving higher levels of the e-government websites sophistication (e-government website is easy to use, e-government website is attractive, Online services are available, Online QA for citizens/businesses/ discussion forum, Pool for public opinion/ participatory feature, Online tracking of proposals, Links to social media, e-government website always works correctly, e-government website provides downloadable documents, Filled documents can be returned to government office -transaction online). *Efficiency* and *Security/Barriers* were also assessed (e-government website can save citizens/business time, e-government website can save citizen/business

money, e-government has insufficient instructions for the task at hand, Not confident that information transmission on e-government website is secure).

From the analyses of the received questionnaires several conclusions can be made. Without doubt, information quality is perceived as satisfactory from all respondents. They agree that on all websites of the ministries information are accurate, on-time, relevant and precise. Concerning the second determinant –information content, the answers are mainly in line with the statements except the fact that on most of the sites there is no FAQs. Tenders announcement are mainly present, but still there are ministries where public procurement information is not updated one regular basis. The accessibility /navigation characteristics are viewed as satisfactory, except keyword search. There is no accepted rule on the languages used on the sites, most of them are on Macedonian and Albanian, some also have English language as option, but there are sites without option to choose the language. There is not effective use of dropdown menus and categorization/visible grouping/ logical structuring of information in some ministries. The forth group of characteristics is assessed by 10 statements that reflect usability, functionality and interactivity. The results are more variable across the answers. Discussion forums for citizens and businesses are not present and online tracking of proposals is not possible. Transactions online are not available as feature. All ministries are present on social media. However, most of the respondents answered negatively when they were asked about the security. This lack of confidence is issue that should be addressed properly by the web developers and departments in the ministries responsible for information security. Respondents were not very satisfied with the possibility to get instructions for different tasks. As an overall conclusion we can stress out that quality of the websites of the Ministries of the Government of the Republic is satisfactory from the information quality and content viewpoint, while parameters of quality such as interactivity and functionality are perceived as less satisfactory. Websites don't follow the same pattern, they are developed without compulsory functionalities and we can't find consistency in the solutions. However, the progress is obvious in the perception of the transparency, open data, information content and connectivity with the social media. Still, two-way interactions are not possible and that is the step that will be hard to achieve without improving the security and interoperability.

3. CONCLUSION

The process of e-government development and adoption is constantly changing. Determining the significant factors that influence the use e-government websites can help policy makers to react in specific directions in order to improve utilization of e-government benefits. E-Services have to be designed and implemented to meet the complex and evolving service needs of citizens and other clients (businesses), and websites quality of the EPS providers should support that complex dynamics. The quality and reliability, as well as accessibility and privacy of the e-government websites is a crucial factor for the successful implementation of the information society. Regarding the concept of quality it is considered multidimensional, consisting of many criteria like quality of service perspective, a user perspective, a content perspective or a usability perspective. Thus, user awareness of these services, their willingness to use them, and ease of use all are important factors for the further development of e-government.

The Government of the Republic of Macedonia is focused on providing more efficient and user focused methods for delivering e-services. But, regardless their multiple benefits from economic and social character, the level of EPS usage among citizens is still on a very low level in the country. Therefore, the results of this study can serve as a good base for further research in this scientific area. More important, the results can be used as a guideline for policy makers in the country when improving current or implementing new EPS, as well as a motive to improve the quality of Ministries' websites.

REFERENCES

- [1] Å. Grönlund, Introduction to the Special Issue on e-Democracy in Practice: Methods, Infrastructures and Discourse. *E-Service Journal*, vol. 2 (1), pp.3-8, 2002.
- A. Y. K. Chua, D. H. Goh and R. P. Ang, Web 2.0 applications in government websites: prevalence, use and correlations with perceived website quality, *Online Information Review*, vol. 36, no. 2, pp. 175-195, 2012.
- [2] E. Ziemba, T. Papaj and D. Descours, Assessing the quality of e-government portals – the Polish experience, *Proceedings of the 2014 Federated Conference on Computer Science and Information Systems* pp. 1259–1267, 2014.

- [3] European Commission, Top of The Web - Survey on quality and usage of public e-services, (Retrieved from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/top-web-survey-quality-and-usage-public-e-services>), 2003.
- [4] Eurostat, <http://eurostat.ec.europa.eu/>, 2018
- [5] K. Layne, and J. Lee, Developing Fully Functional E-Government: A four Stage Model, *Government Information Quarterly*, vol.18 (2), pp.122–136, 2001.
- [6] M. Dimitriu, Bringing Citizens Closer to Public Administration- Innovative Ideas Leading to an Increased Public Participation within the Decision Making Process, EGPA Annual Conference, Rotterdam, The Netherlands, 2008.
- [7] M. Herczeg, and H. Kritzenberger, A task and scenario based analysis model for user-centred systems, *Proceedings of the 9th international conference on Human-Computer Interaction*. New Orleans, pp.229-235, 2001.
- [8] MIOA - Ministry of information society and administration of the Republic of Macedonia. Strategic documents. Retrieved from <http://www.mioa.gov.mk>, 2015.
- [9] N. Bevan, Quality in Use: Meeting User Needs for Quality, *Journal of Systems and Software*, vol.49 (1), pp.89-96, 1999.
- [10] O. Almalki, Y. Duan, and I. Frommholz, Developing a conceptual framework to evaluate e-government portals' success, *Proceedings of the 13 European Conference on e-Government*, E. Ferrari, W. Castelnovo, Eds. University of Insubria, 13-14 June 2013, 1, 2013, pp. 19-26, 2013.
- [11] R. Cullen and P. Hernon, Wired for Well-being Citizens' Response to e-Government, <http://www.e-government.govt.nz/docs/vuw-report-200406/>, 2004.
- [12] S. Ntiro, e-Government in Eastern Africa, KPMG, Dar-es-Salaam, 2000, retrieved from <http://www.egov4dev.org/success/definitions.shtml> accessed 15.05.2018.
- [13] S. Wangpipatwong, W. Chutimaskul, and P. Borworn, Factors influencing the adoption of Thai e-Government websites: information quality and system quality approach, *Proceedings of the Fourth International Conference on eBusiness*, Bangkok, Thailand, November 19-20, 2005.
- [14] State Statistical Office of the Republic of Macedonia. News release No: 8.1.17.33, Retrieved from <http://www.stat.gov.mk>, 2018.
- [15] U. Löfstedt, E-Government – Assessment of Current Research and Some Proposals for Future Directions', *International Journal of Public Information Systems*, vol. 1, pp.39-52, 2005.
- [16] UN E-Government Survey, Gearing e-government to support transformation towards sustainable and resilient societies, New York, 2018.
- [17] S. Moustakis, C. Litos, A. Dalivigas, and L.Tsironis, Website quality assessment criteria (Research paper: IQ Concepts, Tools, Metrics, Measures and Methodologies), *Proceedings of the Ninth International Conference on Information Quality (ICIQ-04)*, pp.59-73, 2004.

RULES OF BEHAVIOR IN THE PROCESS OF COMMUNICATION: QUI BENE, QUI PRODEST?

Lalka Borisova

International Business School, Sofia, e-mail: lborisova@ibsedu.bg

Abstract: The culture of behavior accompanies us throughout our lives, regardless of education, social situation, working environment. The basic principle of behavior should be: Respect the people around you, behave you as you want others to behave with you! Behavior rules are a norm that requires knowledge and is not a relic and a past inherent in other societies and people. Our familiar maxim is often quoted: "In man, everything must be wonderful: both the face and the clothing, the soul and his thoughts". But is it so? Rules of conduct require mental hygiene - pure thoughts, courtesy, self-control, regulation of relationships with others, emotional intelligence and competence. Negative emotions, malice, jealousy, negative attitude, offensive words are only part of the prohibition of communication. According to medicine, all these emotions are controlled by the nervous system of the body and cause various diseases. Over time these irritations leave a trace in the body, causing various ailments such as neurosis, ulcer, hypertension, liver damage, and others. When there are rules of conduct and they are followed and applied, these negative consequences will be minimized. This will be the subject of my publication - the systematization of rules and norms of conduct established in practice in business communication and in everyday life in public places, on the street, in the family. The upbringing of feelings and emotions should start from childhood so that responsibilities and guilt are not passed on later and a rhetorical question arises: Who? Is the school responsible for upbringing or family? This question has no unambiguous answer... Let's start with some peculiarities of character on which the culture of behavior depends. Feeling of tact, politeness, warmth, modesty, dignity, honesty, temperament, emotional intelligence - skills that shape the character of every person. Do not forget the self-knowledge — the attitude towards oneself, as well as the confession of the greatest feeling that is given to man — love! Love in all its dimensions - to the neighbor, to the profession, people, nature and everything around us! Rules of conduct require: correct writing and speaking; Communicating in keeping with cultural differences; talking to "you" and "you" (to whom?); way of speaking and listening skills, dress code, rules at a business meeting; greeting and presentation; rules when shaking; a mobile phone talking culture.

Keywords: rules and culture of behavior, communications, mental hygiene

ПРАВИЛА НА ПОВЕДЕНИЕ ПРИ ОБЩУВАНЕ: QUI BENE, QUI PRODEST?

Лалка Борисова

Международно висше бизнес училище, София, lborisova@ibsedu.bg

Резюме: Културата на поведение ни съпътства през целия ни живот, независимо от образование, социално положение, работна среда. Основният принцип на поведение трябва да гласи: Уважавай хората около теб, дръж се така, както искаш другите да се отнасят към теб! Правилата за поведение са норма, която изисква познание и съвсем не са отживелица и минало, присъщи на други общества и хора. Често се цитира познатата ни максима: „У човека всичко трябва да бъде прекрасно: и лицето, и облеклото, и душата, и мислите ...“²³³. Но дали е така? Правилата на поведение изискват психическа хигиена – чисти мисли, вежливост, самообладание, регулиране на отношенията с околните, емоционална интелигентност и компетентност. Отрицателни емоции, злоба, завист, негативно отношение, обидни думи, са само част от забраните при общуване. Според медицината, всички тези емоции се управляват от нервната система на организма и предизвикват различни болести. С течение на времето тези дразнения оставят следа в организма, причинявайки различни заболявания, като невроза, язва, хипертония, поражения на черния дроб и други. Когато има правила на поведение и те се спазват и прилагат, тези отрицателни последици ще бъдат сведени до минимум. Това ще бъде предмет на моята публикация - систематизиране на правила и норми на

²³³ Аасамаа, И. Как да се държим в обществото, С., 1978, стр. 7

поведение, утвърдени в практиката при делово общуване и в ежедневието на обществени места, на улицата, в семейството. Възпитанието на чувствата и емоциите трябва да започне още от детството, за да не се прехвърлят по-късно отговорности и вина и да се задава реторичен въпрос: Кой? Училището ли е отговорно за възпитанието или семейството? Този въпрос така и няма еднозначен отговор... Да започнем с някои особености на характера, от които зависи културата на поведението. Чувство за такт, вежливост, сърдечност, скромност, достойнство, честност, темперамент, емоционална интелигентност – умения, които формират характера на всеки човек. Да не забравяме и самопознанието – отношението към самия себе си, както и изповядване на най-великото чувство, което е дадено на човека – любовта! Любов във всичките ѝ измерения – към ближния, към професията, хората, природата и всичко около нас! Правилата на поведение изискват: правилно писане и говорене; общуване при спазване на междукултурните различия; говорене на „ти“ и „вие“ (на кого?); начин на говорене и умения за слушане; дрес код на обличане; правила при делова среща; приветствие и представяне; правила при ръкуване; култура на говорене по мобилният телефон.

Ключови думи: правила и култура на поведение, комуникации, психическа хигиена

1. УВОД

Хората, занимаващи се с бизнес отдавна са разбрали, че техническите и търговски познания не са достатъчни за добри резултати в динамичния бизнес климат. Днес всеки се нуждае не само да бъде талантлив в своята област, а също и да бъде човек с приятно поведение при общуване в обществото, със знания относно бизнес етикета както и в управлението на впечатлението за своята личност, които да прилага ежедневно. Всеки се гордее със себе си, когато успее да се отличи с най-доброто. При някои хора тези умения да развита до степен на изкуство. Има какви ли не митове за добрите обноски. Някои хора смятат, че изисканите маниери ви превръщат в лигльо или сноб или че ви пречат да бъдете „естествени“. Други вярват, че овладяването на добрите маниери е сложно изкуство и отнема много време. Нищо от това не е вярно. Защото можете да бъдете едновременно и силни, и учтиви. Не се иска да сте невъзпитани и брутални, за да сте силни. В действителност този, който мотивира другите чрез страх, притежава по-малко сила и власт, отколкото някой, който управлява нещата с вежливост. Не сте ли по-склонни да направите много повече за онзи, който се отнася с уважение към вас?

За нещастие много хора смятат етикета за снобизъм. Твърде често хората наистина използват своите познания на протокола като израз на превъзходство над другите. Такива самозвани блюстителите на протокола постоянно наблюдават другите, за да отсъдят дали те демонстрират подходящо поведение. Фактически снобизмът е признак на лошо възпитание. Добре възпитаният човек използва своите познания, за да създава комфорт за всички. Изискванията на етикета не потискат индивидуалната изява. Можете да имате иронично отношение към живота, без да се отнасяте с пренебрежение към другите. Можете да бъдете прями, без да сте груби. Бизнес етикетът дава възможност за най-различни схеми на поведение, като изброените по-долу.

2. ПОВЕДЕНИЕ НА ЛИЧНОСТТА ПРИ РАЗГОВОР И УМЕНИЯ ЗА СЛУШАНЕ²³⁴

Езикът е главното средство за общуване, но не е единственото. Не бива да забравяме, че когато се запознаваме с някого, първото впечатление говори много, понякога повече, отколкото трябва и може да се случи така, че изобщо да не завърже приятелство с даден човек, поради това, че първото впечатление от него не е било благоприятно. Затова външният вид е много важен: чист костюм и обувки, косата в приличен вид и без прекаляване с грима и парфюма. Също така тонът на гласа и начинът ни на изразяване могат да предизвикат антипатия у останалите, тъй че трябва много да внимаваме по какъв начин казваме нещата, особено в моменти, когато сме нервни, напрегнати, изморени или ядосани. От добре известните на всички представяния трябва да се напомним някои основни правила като това, че се представят по-младите на по-възрастните и жените на мъжете. И винаги да се стремим да представяме хората с техните собствени и фамилни имена.

Когато се срещнем с някой, с който се предполага, че вече се познаваме, но не си спомняме името му, най-добре е да си го признаем открито с аргумента, че сме много зле с помненето на имена. Много хора проявяват ужасна липса на възпитание като ни питат настойчиво: „Ха, сега да видим ще се сетиш ли кой

²³⁴ Виж: Борисова, Л. Аргументирани бизнес комуникации, София, 2017

съм?”, или още по-лошо: „Сигурен съм, че изобщо не си спомняш как се казвам.” Не един или двама се осмеляват да гадаят коя е въпросната личност.

Ако понякога попаднем в такава ситуация, най-добре е да кажем още в първия момент, че действително не знаем с кого говорим, разбира се с широка усмивка. Най-коректното поведение е винаги когато се срещнем с някой, за който имаме съмнение, че не си спомня името ни, да се представим и след това да добавим къде, как и кой ни е запознал. Тогава този човек, дори да не си спомня случая, ще каже, че ни помни много добре.

Ако забравим името на нашия събеседник след като вече ни е бил представен, за предпочитане е да поискаме да ни го повтори отново, преди да е станало прекалено късно.

Първите разговори с хора, на които току-що сме били представени, могат да се окажат трудни дори проблематични, тъй като се случва да имаме усещането, че не намираме за какво си говорим.

Ако някой е много мълчалив или стеснителен, трябва да положи усилия и да се опита да допадне на събеседниците си. Например ако представянето е станало в дома на общ приятел, да се отбележи колко хубаво и уютно е в този дом, след което да се говори на незначителни теми, докато малко по малко се влезе в контакт със събеседника. Избягваме да злословим за други хора или да критикуваме конкретно лице, особено ако не знаем какви връзки има то с присъстващите. Като общо право не трябва да кажем нищо общо за никого, ако не сме сигурни сто на сто, че никой от присъстващите няма никаква връзка с лицето, което критикуваме, за да спестим някое „ами той е мой приятел”. В действителност най-коректно е никога да не се критикува,

Не трябва също така да прекаляваме с приказките за близкото ни приятелство с някого. Откриването на общи неща или съвпадения като например фактът, че сме учили в един и същ университет или сме летували на едно и също място, или че имаме общи приятели – всичко това помага много при тези първи разговори.

Не бива да забравяме, че в един разговор е важно не само съдържанието му, но и жестовите, движенията и погледите. Всичко това трябва да се има предвид, ако искаме да направим добро впечатление. Това е така нареченият „език на тялото”. От този език на първо място трябва да изтъкнем ролята на усмивката и на погледа. Усмивката показва ясна готовност за приятно прекарване на времето, тя е израз на комфорт и това е нещо, което се улавя незабавно от нашите събеседници. Усмивката трябва да бъде приветлива, никога пресилена или застигната. От друга страна очите са най-изразителната част на нашето тяло и с тях можем да кажем много без да си дадем сметка. Втрещеният, немигащ поглед поражда безпокойство и може да бъде признак на враждебност или да се тълкува като желание за интимна близост. Обратно, да не се гледа изобщо събеседника в очите означава, че не ни интересува това, което ни разказва, а също и липса на искреност. А непрекъснато гледаме наляво и надясно, и към всички хора, които се движат около нас, показва недвусмислено, че желаем да се измъкнем и че ще го направим веднага щом се появи някоя по-забавна за нас личност.

Ако разговаряме в група, трябва да гледаме всички без изключение, дори и да има някой, който не участва в разговора. Въпросът е никой да не се чувства изолиран или не на място. За тази цел е важно също така да не заставаме с гръб към някой. Наистина трябва да сме много внимателни, когато вечеряме с други хора на една маса. Редно е да се направи усилие и да се говори с хората и от двете ни страни.

След като се започне и се завърже един разговор е важно да се знае как и кога да се смени темата. Ако цялата група говори оживено за нещо, не бива да променяме рязко темата, но ако забележим, че доскучава, не трябва да я продължаваме. Има хора със специална нагласа да започнат да разказват хиляди неща и да не довършват нито едно. И други, чиято неуморима словоохотливост пречи на нас, останалите, да участваме в разговора; за сметка на това научаваме цялото житие битие на еди-коя си, за развода на еди-кой си и за проблемите с прането на съседката му. От уважение към тези хора не бива да ги прекъсваме по средата на думата, но след петнайсет минути слушане и кимане с глава в знак на съгласие можем да сложим край на монолога претекст, че трябва да отидем до тоалетната или да отидем да потърсим нещо за пиене. Когато вече познаваме тези индивиди, които дърдорят безспир, най-вероятно ще ги избягваме. Добре е те да не разберат това, но трябва да променят поведението си. Прилагайки правилата на бизнес етикета се превръщаме в пример за околните.

3. КЛЮЧОВИ МОМЕНТИ ЗА ПОДДЪРЖАНЕ НА РАЗГОВОР

При делови разговори поведението на страните е следното:

- Стремим се да търсим теми, които интересуват всички присъстващи. Ако някой от събеседниците не е запознат с обсъждания въпрос не бива да го пренебрегваме или да изваждаме на показ неговото невежество в това отношение. Ясно и стегнато излагаме мислите и разсъжденията си, за да могат всички да вземат отношение и да научат нещо ново от отношението си. В никои случай не бива да говорим само ние и да не даваме думата на други; не бива също така да пречим на евентуална смяна на темата.

- Избягваме всякаква едностранчивост. Даваме възможност на всички да участват и да изразяват мнението си. Никога не бива да забравяме, че нашата гледна точка и нашите разбирания не са единствените.

- Парираме безсмислените диалози. Ако неочаквано се окажем замесени в някой такъв, пресичаме го без колебание, освен ако другите намират нещо забавно в това, тъй като за други хора абсурдните разговори са вид развлечение. Ако сме противници на подобен диалог, най-добре е да се измъкнем дискретно, за да не пречим.

- Избягваме да говорим за децата, за фантастичните им успехи в училище или за битови проблеми. С малко усет и тактичност не е трудно да разберем кога може да се говори и кога не за децата, за стерилизирането на бибероните, за най-добрата марка пелени, за училището, за слабите и отличните бележки. Този вид теми отегчават мъжете и очарова жените. Следователно правилото е много просто: в присъствието на кавалери избягваме този въпрос.

- Държим се естествено и непринудено. Не се самоизтъкваме, не парадирате с нищо. Не викаме, не се ожесточаваме. Никога не заплашваме. Никога не прекъсваме говорещия. Изчакваме подходящия момент за оборване на мнения или за изразяване на нашите изводи.

- Трябва да умеем да слушаме. И този, който говори с нас, да забележи, че наистина го слушаме с внимание. Кимаме с глава в знак на съгласие, гледаме го, с една дума следим разговора и проявяваме уважение и интерес към него. Истинска драма за човек който говори, е да установи в даден момент, че никой не му обръща ни най-малко внимание. Най-добрият начин да покажем, че слушаме, е да задаваме въпроси по темата на разговора; разбира се, те да са уместни и интересни и да следват нишката на диалога.

Ако умеем да слушаме, освен че ще спечелим приятели, можем да научим много неща от другите.

От друга страна в един разговор трябва да избягваме:

- Да слушаме и да проявяваме интерес само към това, което искаме да чуем; Да се прозяваме постоянно, излагайки на показ нашата умора, скука или отегчение;

- Да си гризем ноктите; това е симптом на нервност; Да говорим прекалено тихо, както се казва „под носа си”. Не трябва също така да мърморим;

- Да говорим прави, когато останалите участници в разговора са седнали. Освен че е неудобно, може да изглежда и демонстрация на превъзходство пред тези, които ни слушат;

- Да скръстваме ръце и да застиваме в тази полза. Тя показва, че сме в положение на отбрана; си шушукаме с някой приятел пред очите на останалите.

4. ТИ И ВИЕ

Общо взето трябва да имаме нагласата, че винаги е по-добре да прехвърлиш мярката, отколкото да не я достигнеш. Излишъка от любезност не дразни никого, обратното може би да.

Трябва да се обръщаме винаги на **„Вие”** към:

- Лицата, които току-що са ни представени, независимо кои са те. Уважението е взаимно и го заслужава както обикновеният работник, така и авторитетната личност. Най-вероятно е веднага да ни дадат разрешение да си говорим на „ти”;

- Лицата, които ни вдъхват уважение поради общественото си положение, било поради професионалния си авторитет или поради възрастта си. И ще им говорим на „Вие”, докато ни кажат обратното. Например: винаги „Вие” на преподавателите. По този начин можем да избегнем бурни ситуации като репликата, която чух в един магазин, в който продавачката се обърна на „ти” към един много елегантен възрастен господин и той и отвърна: „Извинете, госпожице, но струва ми се, че никога не съм имал отношения с Вас”. Трябва да признаем, че фразата беше къде-къде по-остра, но не е възпитателно да я повтаря буквално.

- Професори и преподаватели. Било нашите, било на нашите деца;

- Лекарите, адвокати, нотариуси и т.н. във връзка с работата им;

- Началници и висшестоящи.
- Лицата, които поради характера на работата си трябва да ви говорят на вас на „Вие”: сервитьори, секретарки, продавачки, в болницата.

5. ГОВОРЕНЕТО ПО ТЕЛЕФОНА

Телефонът в днешно време е едно от най-важните средства за комуникация и разполага с многобройни варианти: интернет, факс, мобилни телефони. Основните правила за неговото използване изискват преди всичко здрав смисъл и уважение към другите хора. Не бива да се звъни в часовете за хранене и сън; също така по време на почивката след обяда или през неприкосновения час на централната емисия новини по телевизията. Ако се налага да се обадим на някого по телефона след единайсет часа през нощта, молим за извинение. В неудобно време звъним само по спешност. Трябва да избягваме да стряскаме напълно приятелите си като им звъним в необичайно време, особено в малките часове.

През последните години мобилният телефон се превърна във важно средство за комуникация в ежедневието. Неговата употреба, макар и да се подобри напоследък, все още не е на необходимото ниво.

В началото на тези супермодерни изобретения правиха силно впечатление на ония, които не ги притежаваха, а хората, които ги ползваха, обичаха да ги показват по всяко време, смятайки ги за белег на преуспяване. В днешно време вече никой не се изненадва, но демонстративната им употреба продължава да бъде признак за лош вкус. Трябва да знаем, че има някои места, в които звънят на мобилния телефон е недопустим и непозволен. Изключваме го винаги, когато влезем в кина, театри, на рецитали или какъвто и да е публичен спектакъл. Винаги когато влезем в църква, независимо по какъв повод. Ако нямаме друг избор, поради това, че чакаме спешно обаждан или нещо и много важно за срещата, редно е да се извиним и да не говорим повече от необходимото. В ресторантите можем да оставим апарата включен, но прибран на удобно място, за да можем бързо да го вдигнем.

Когато вдигнете телефона – не забравяйте:

1. Добро утро, фирма Ххххх Хххххх, вие говорите с Иван Иванов;
2. Слушайте внимателно; Говорете така, че да не стане объркване – изслушвайте;
4. Не дъвчете дъвка, докато говорите;
5. Говорете ясно в слушалката, бъдете любезни!

Когато вие звъните:

1. Здравейте, удобно ли е да говорите?
2. Иван Иванов съм; Благодаря, ще се обадя по-късно!

6. ВЪНШЕН ВИД – ПРАВИЛА НА ОБЛИЧАНЕ

Облеклото ви е в състояние да изгради професионалната ви репутация или да ограби като разбойник част от доверието, което искате да вдъхнете. Всичко излишно или пресилено – било то накит, грим, прическа или дреха, ще навреди на имиджа. За добро или зло обаче, голяма част от всяко първо впечатление се основава на облеклото. Използваме дрехите като ключ към личността, към способностите и професионализма на човек. Подходящото облекло може да даде отражение не само на начина, по който изпълнявате работата си. То може да повлияе отрицателно на хората около вас, сътрудници и клиенти. Има фирми, които забраняват на служителите си да идват на работа с джинси, дънки и тениски. И съвсем не е странно, че са констатирани след това по-големи продажби.

Един от начините да сверим часовника си по отношение на това как трябва да се обличаме е да погледнем облеклото на колегите ни, които са се утвърдили и преуспяват в службата. Разбира се, няма да копираме съляпо, а ще възприемете от тях само онези неща, които се вписват в собствения ви стил, и онова, което ви е удобно. При избора на деловия си гардероб ще спазвате всяко едно **желязно правило**: *обличате се като за поста, който искате да имате, и като за образа, който желаете да създадете.*

Консултирайте се с продавачите на готово облекло. В много магазини има специални консултанти по облеклото. Достатъчно е да кажете, че искате да обновите облеклото си за работа, и те ще ви дадат компетентен съвет. Освен това, винаги когато си купувате някаква дреха за работата си, задайте си **три въпроса**:

1. Подходяща ли е (за длъжността ми, за фирмата ни, за сезона, за региона, за климата)?
2. Стои ли ми добре?
3. Как ще ме възприемат с нея?

Предлагам ви *въпросник за проверка на облеклото*:

- Чисто, без лекета, по мярка; Огладено, включително яката; Без оръфани места по яката и маншетите; Всички копчета са на място;
- Обувките са лъснати, без разкривени токове, скоро сте им сложили и подметки;
- Двуредното сако се закопчава с леснота (изправите ли се, го закопчавате).

Избор, който не крие рискове:

- Костюм: сакото винаги може да се свали, когато искате да се чувствате по-непринудено. По-малко официален е от блейзер и сив панталон при мъжете или от рокля и костюм с панталон при жените;
- Тъмни и неутрални тонове: те излъчват авторитет. Светлите тонове или по-топлите тонове имат по-малка сила;

- Качеството: качеството само за себе си и има траен ефект. Доброто качество винаги си личи.

Купувайте по-малко, но по-качествени неща. Когато избирате дрехите си, не забравяйте да си зададете въпроса: „какъв образ искам да създам и пред кого?“

Все повече фирми въвеждат отново вътрешни правила за облеклото на сътрудниците си, за да избегнат липсата на правилна преценка, демонстрирана от техните служители, и най-вече неподходящото за деловата среда облекло – твърде натруфено, претенциозно или запуснато, развлечено, а понякога и твърде недостатъчно. Независимо дали ни харесва или не, повечето хора „по дрехите посрещат, по ума изпращат“.

7. ПРАВИЛА ПРИ РЪКУВАНЕ

Погледът, усмивката, ръкостискането са изключително съществени компоненти в не вербалното делово общуване. Кое е правилното ръкостискане? Внимание – не здрависването е ясен знак за отхвърляне и е изключително обидно за човека отсреща.

Ако сте в САЩ, от вас се очаква да стиснете здраво ръката на човека, който ви я предлага, като в същото време, трябва да го гледате в очите. Здравото ръкостискане и гледането в очите говори за самоувереност.

1. Правилното ръкостискане започва с **представяне**:

• Протегнете ръката си и хванете ръката на другия човек, така че палците ви да се кръстосат правилно;

- Движението на ръката започва от лакътя, не от рамото;
- Завършете ръкостискането малко преди представянето да е свършило;
- Когато някой се представя, винаги се изправяйте (ако сте седнали до този момент), за да сте на едно ниво. Същото важи и за жените;

• Ако сте седнали на маса и е неудобно да се пресегнете към другия човек, не е нужно да ставате;

• Носете баджа с името си на десния ревер на сакото, защото точно там се отправя погледът, по съвсем естествен начин;

• Ако ръцете са ви заети, не се опитвайте да пренареждате нищо. Просто кимнете в отговор на запознанството;

• Ако сте на коктейл, дръжте чашата в лявата ръка, докато траят представянията. След това можете да я преместите в дясната ръка. Ако е обратно, рискувате да подадете мокра и студена ръка, а това ще причини дискомфорт в другата страна;

2. Ето и някои техники за ръкостискане в деловото общуване²³⁵:

• Ръкувайте се винаги стегнато и енергично. Отпуснатата ръка в никакъв случай не е белег на деловитост и надеждност (стил: „умряла риба“);

²³⁵ <http://www.lstoykov.fashion.bg>. Стойков, Л., Техники на гледане и ръкуване

- Не задържайте прекалено дълго и не друсайте прекалено силно ръката на партньора си. Това може да му създаде усещане за дискомфорт;
- Ознаменувайте винаги съблимвните моменти в преговорите с ръкостискане. Така подсилват значението на акта, като му придават емоционален оттенък;
- Използвайте ръкуване в стил "ръкавица" (както някои наричат ситуацията, в която лявата ръка прихлупва двете здрависващи се ръце), когато се срещате с много близък човек или, когато искате още по-силно да подчертаете значението, което отдавате на вашия партньор;
- Вялото, отпуснато ръкуване никога не прави добро впечатление;
- Пръв при среща подава ръка шефът, а подчиненият се ръкува след тази покана.

И накрая, да не забравяме, че невербалните послания се четат подсъзнателно и силно повлияват реакциите на събеседника или аудиторията. **Позата** е носител на информация за емоционалното състояние на говорещия.

8. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В деловите отношения между институциите, както и между отделните участници в тях - хората, се осъществяват многообразни връзки и контакти

Етикетът и добрите обноски очертават „граматическите правила“ на социалните въздействия. Граматиката помага да се подредят правилно думите, така че околните да разберат какво се казва. Същото се отнася и за етикета. Той помага да се подреди поведението в очаквания ред, така че хората да се съсредоточат върху същността на това, което казвате и върху стила на поведение. Усилията да се създаде образ на истински професионалист понякога може да се струват напразни. Изискват толкова много време, планиране, организиране, познаване на „законови“ правила и норми, много творчество и енергия. Резултатите може би не идват веднага или не се забелязват (за разлика от непрофесионалното присъствие – то се вижда веднага, тук и сега). Това обаче не бива да обезкуражава. Една от тайните на успеха е да се извае образ, който уважава колеги и клиенти и в същото време вдъхва доверие и професионализъм. Не се жестикулира без необходимост. Ръцете се държат под контрол. Не се пхат в джобовете.

Добрите маниери са тези, които ще изградят атмосфера на сътрудничество и разбиране, а не на неприязън и конфликти. Начинът, по който се осъществяват контакти с партньори и клиенти, може да повлиява на тона и на резултатите от целия разговор, а отгук и на бъдещите отношения и на мнението им за фирмата. След като желанието е срещата да се превърне в добър старт, трябва да се подготви добре началото. *Основно правило: начинът, по който се посрещне някой първия път, може да определи дали ще има и втори път, вече като клиент.* „Празнотата, която се отваря вследствие на неспособността ни да общуваме, скоро започва да се пълни с отрова, празни приказки и недоразумения²³⁶“. Това означава да накарате другите да се чувстват комфортно, за да споделят с вас. Това означава да се създаде дух на взаимно разбирателство, изслушване, споделяне, осъзнаване и спокойствие.

Запознаването с бизнес етикета и културата на дадена страна не е проблем в света на интернет и многобройните справочници. Те ориентират и подпомагат да не се изпада в неловки ситуации или затруднения. Тези знания правят общуващите по-самоуверени и убедени в действията, които демонстрират по време на срещата. Това винаги се оценява по достойнство от партньорите и се печели уважение. Модерната организация възлага големи надежди на обучението на своите служители в различни сфери, между които и „умения за комуникиране“. Вложените в обучението средства се възвръщат не само във вид на по-добри резултати, но и на лоялност и мотивация, които в много случаи са решаващи не само за приноса на обучавания в работата, но и за избора му да остане в организацията, да формира и развива управленска компетентност, която да гарантира успех в динамичната и непрекъснато променяща се среда.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

- [1] Аасамаа, И. Как да се държим в обществото, С., 1978
- [2] Борисова, Л. Аргументирани бизнес комуникации, София, 2017
- [3] Патерсън, К. и др. Ключовите разговори, Хермес, 2014
- [4] <http://www.lstoykov.fashion.bg>. Стойков, Л., Техники на гледане и ръкуване

²³⁶Патерсън, К. и др. Ключовите разговори, Хермес, 2014, стр. 14

EUROPEAN PUBLIC POLICIES AND STRUCTURES FOR SUPPORT OF SOCIAL ECONOMY

Vanya Banabakova

National Military University „Vasil Levski” – Veliko Turnovo, e-mail: v.banabakova@abv.bg

Maria Ilcheva

National Military University „Vasil Levski” – Veliko Turnovo, e-mail: mkilcheva@abv.bg

Abstract: In the last three decades different structures within the European Union increasingly pay an attention to the social economy although there are some varieties in the focus of the different institutions. The important role of the social economy for the social and economic development of Europe including its status as a milestone for the European social model is getting a higher recognition. There are two institutions within the European Union which can be identified with a key role for the development of social economy - one is the European economic and social committee which is a main expert and advisory body of the European Union and second is the European Parliament. The institutional framework plays a crucial role for the scope and visibility of social economy sector. The legislation which provides the regulatory framework of social economy determines three types of recognition of the sector: Ultimate recognition of the social economy with its varieties and characteristics from the public institutions. In this case the purpose of the legislative regulation is to institutionalize them as private structures; recognition of the right and freedom of these structures to implement activities in all fields of social and economic life; recognition of their role in the process of formulating public policies while they are accepting themselves as key players in policy making and implementing the decisions.

Throughout Europe the various models of social economy are not enough institutionally recognized in the above three direction. In the different member states of European Union the approach of public and institutional regulation of social enterprises varies and follows the logical development of socio-economic conditions as well as the traditions in the legislative practices. In most countries there are no special laws which to regulate the social enterprise as a separate legal structure. According to a report of the European social and economic committee the member countries of the European Union can be classified in three groups depending on their public recognition of social economy. In the first group are the countries in which the social economy sector is widely recognized and accepted. The second group consists of countries in which there is a moderate acceptance of the social economy. And in the third group are the countries in which there is no visible recognition of social economy.

The purpose of the current report is to analyse the existing good practices of different EU countries in terms of public policies and support structures for social economy.

Keywords: social economy, social entrepreneurship, public policies

ЕВРОПЕЙСКИ ПУБЛИЧНИ ПОЛИТИКИ И СТРУКТУРИ ЗА ПОДКРЕПА НА СОЦИАЛНАТА ИКОНОМИКА

Ваня Куздова Банабакова

Национален военен университет „Васил Левски”, Велико Търново, e-mail:
v.banabakova@abv.bg

Мария Кирилова Илчева

Национален военен университет „Васил Левски”, Велико Търново, e-mail: mkilcheva@abv.bg

Абстракт: През последните три десетилетия различни органи на Европейския съюз обръщат все по-голямо внимание на социалната икономика, независимо, че има известни различия във фокуса на отделните институции. Важната роля на социалната икономика в общественото и икономическото развитие на Европа, включително положението на крайгълен камък в европейския социален модел, получава все по-голямо признание. Две институции на Европейския съюз са първенци с важно значение в областта на социалната икономика, като на първо място това е Европейският икономически и социален комитет, който е основен орган на Европейския съюз. Другата ключова институция е Европейският парламент.

Институционалната рамка е основен фактор по отношение на размера и видимостта на социалната икономика. Законодателните разпоредби, които определят тази рамка, водят до три вида признаване в сектора: Изрично признаване от публичните органи на различната същност на тези организации, които изискват специално третиране. Целта на правната система е да ги институционализира като частни субекти; Признаване на правото и свободата на тези организации да извършват дейност във всяка област на социалния и икономическия живот; Признаване на ролята им в процеса на преговори във връзка с изготвянето и изпълнението на публичните политики, при което те се възприемат като участници във вземането на решения и в изпълнението на политиките. В Европа различните форми на социалната икономика невинаги са институционално признати в достатъчна степен в посочените три области.

В страните от Европейския съюз подходът за регулиране на социалните предприятия е различен и следва логиката на развитие на социално-икономическите отношения, както и традициите в законодателната практика. В повечето държави все още няма специални закони, които да регламентират статута на отделен правен субект, а именно социално предприятие.

Според доклад на Европейския икономически и социален комитет, страните от Европейския съюз могат да се класифицират в три групи, според степента на публично признаване на социалната икономика.

Първата група включва държавите, в които понятието „социална икономика“ е широко прието. Втората група е на държави, в които има умерена степен на приемане на понятието „социална икономика“.

В третата попадат държави, в които признаването на понятието „социална икономика“ липсва или е слабо.

Целта на настоящата разработка е да се анализират добрите практики на страните от ЕС, свързани с провеждане на публични политики и изграждане на структури за подкрепа на социалната икономика.

Keywords: социална икономика, социално предприемачество, публични политики.

1. ВЪВЕДЕНИЕ

През последните три десетилетия различни органи на Европейския съюз обръщат все по-голямо внимание на социалната икономика, независимо, че има известни различия във фокуса на отделните институции. Важната роля на социалната икономика в общественото и икономическото развитие на Европа, включително положението на крайъгълен камък в европейския социален модел, получава все по-голямо признание. Дългият път към институционалното признаване на социалната икономика и формулирането на конкретни европейски политики започва през 80-те години на 20-и век. Този процес достига връхната си точка през 1989 г. със съобщението на ЕК до Съвета относно „Предприятията в сектора на социалната икономика: европейски пазар без граници“, с който се предлага установяване, чрез закони на европейска правна основа за кооперациите, сдруженията и взаимоспомагателните дружества, както и със създаването на отдел по социална икономика в Генерална дирекция XXIII на Европейската комисия. През същата година Комисията спонсорира първата европейска конференция по въпросите на социалната икономика, проведена в Париж и създава „Отдел по социална икономика“ в рамките на ГД XXIII „Политика за предприятията, търговия, туризъм и социална икономика“. През 1990 г., 1992 г., 1993 г. и 1995 г. Комисията подпомага провеждането на европейски конференции по въпросите на социалната икономика в Рим, Лисабон, Брюксел и Севиля. Това полага началото на провеждането на многобройни европейски конференции. Последните две от тях се провеждат в Толедо (през май 2010 г.) и Брюксел (през октомври 2010 г.). Срещата на върха, проведена в Люксембург през 1997 г., признава ролята на предприятията от сектора на социалната икономика за местното развитие и създаването на работни места, и поставя началото на пилотната инициатива „Трета система и заетост“, насочена към сферата на социалната икономика.[1]

Целта на настоящата разработка е да се анализират добрите практики на страните от ЕС, свързани с провеждане на публични политики и изграждане на структури за подкрепа на социалната икономика.

2.ЕВРОПЕЙСКИ ИНСТИТУЦИИ ЗА ПОДКРЕПА НА СОЦИАЛНАТА ИКОНОМИКА.

Две институции на Европейския съюз са първенци с важно значение в областта на социалната икономика, като на първо място това е Европейският икономически и социален комитет, който е основен орган на Европейския съюз. В неговата III група има представители на социалната икономика, които създават категория „Социална икономика“. Следващата ключова институция е Европейският парламент. Първоначално през 1990 г. Европейският парламент създава своя съвместна група по въпросите на социалната икономика, която е разпусната и отново възобновена през 2005 година. През 2006 г.

Европейският парламент призовава Комисията „да зачита социалната икономика и да представи съобщение относно този крайъгълен камък на европейския социален модел“. [2] През 2009 г. Европейският парламент приема основен доклад относно социалната икономика и я признава като социален партньор и основен участник в процеса на постигане на целите на Стратегията от Лисабон.

Европейската комисия предприема две важни инициативи относно социалните предприятия, които представляват неразделна част от социалната икономика: Инициативата за социалното предприемачество (COM/2011/0682) и Предложението за Регламент за европейските фондове за социално предприемачество.[3]

Институционалната рамка е основен фактор по отношение на размера и видимостта на социалната икономика. Законодателните разпоредби, които определят тази рамка, водят до три вида признаване в сектора:

- Изрично признаване от публичните органи на различната същност на тези организации, които изискват специално третиране. Целта на правната система е да ги институционализира като частни субекти;
- Признаване на правото и свободата на тези организации да извършват дейност във всяка област на социалния и икономическия живот;
- Признаване на ролята им в процеса на преговори във връзка с изготвянето и изпълнението на публичните политики, при което те се възприемат като участници във вземането на решения и в изпълнението на политиките.

В Европа различните форми на социалната икономика невинаги са институционално признати в достатъчна степен в посочените три области.

Не всички форми на социалната икономика са признати в еднаква степен в правните системи на отделните страни на Европейския съюз. Кооперациите са изрично признати в член 58 от Договора от Рим като специален вид предприятия, а също и в конституциите на различни държави членки, сред които Гърция, Италия, Португалия и Испания. Съществува регулаторна рамка, съгласно която да извършват дейността си и която да гарантира правата на членовете им и на трети лица. Независимо от това, обаче невинаги на национално равнище има специален закон, който да урежда правния режим на всички кооперации.[4]

В страните от Европейския съюз подходът за регулиране на социалните предприятия е различен и следва логиката на развитие на социално-икономическите отношения, както и традициите в законодателната практика. В повечето държави все още няма специални закони, които да регламентират статута на отделен правен субект, а именно социално предприятие. В масовия случай, практиката показва, че социалните предприятия имат формата на кооперация и това е особено популярно за страните от Южна Европа (Италия, Испания, Португалия, Гърция). На другия полюс са социални предприятия регистрирани като търговски дружества със социални цели (Литва, Финландия, Англия), както и кооперативно дружество в обществен интерес (Франция). Във всички държави под една или друга форма нестопанските организации присъстват активно като социални предприятия в практиката или нямат законова забрана да функционират като такива. Въпреки съществуващите различия в правната уредба на социалните предприятия, експертите възприемат общи принципи, които позволяват социалното предприятие да се определи като недържавно образувание, извършващо стопанска дейност за реализирането на социални цели.[5]

3. СРАВНИТЕЛЕН АНАЛИЗ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ДЪРЖАВИ ЗА СТЕПЕНТА НА ПРИЗНАВАНЕ НА СОЦИАЛНАТА ИКОНОМИКА.

Според доклад на Европейския икономически и социален комитет, страните от Европейския съюз могат да се класифицират в три групи, според степента на публично признаване на социалната икономика. [6] Първата група включва държавите, в които понятието „социална икономика“ е широко прието. В Испания, Франция, Португалия, Белгия, Ирландия и Гърция понятието „социална икономика“ се ползва с най-голяма степен на признаване от страна на публичните органи, сред академичните и научните среди и в самия сектор на социалната икономика. Първите две страни се открояват: Франция е родината на понятието, а през 2011 г. Испания приема първия европейски национален закон за социалната икономика.

Втората група е на държави, в които има умерена степен на приемане на понятието „социална икономика“: сред тях са Италия, Кипър, Дания, Финландия, Люксембург, Швеция, Латвия, Малта, Полша, Обединеното кралство, България и Исландия. Понятието за социална икономика в тези страни съществува съвместно с

други понятия, като тези за нестопанския сектор, за сектора на доброволните организации и за социалните предприятия. Ниското ниво на информираност относно социалната икономика в Обединеното кралство контрастира с политиката на подкрепа на социалните предприятия от страна на правителството.

В третата попадат държави, в които признаването на понятието „социална икономика“ липсва или е слабо: понятието „социална икономика“ е слабо известно, в процес на установяване или неизвестно в следните държави: Австрия, Чешката република, Естония, Германия, Унгария, Литва, Нидерландия, Словакия, Румъния, Хърватия и Словения — група, която включва предимно немскоговорящите държави и държавите, присъединили се към ЕС през последния етап на разширяване. Свързаните понятия „нестопански сектор“, „сектор на доброволните организации“ и „неправителствена организация“ са сравнително по-познати.

Великобритания е една от малкото страни в Европа с добре развита правна регламентация и институционална рамка за развитие на социалните предприятия. Социалното предприемачество е популярна концепция, считана за ефективен механизъм за социално включване на групи в неравностойно положение, която получава сериозна подкрепа от държавата. Социалните предприятия в Англия се регистрират най-често като търговски дружества - дружества с ограничена отговорност или взаимоспомагателни каси. Обикновено те имат и статут на благотворителна организация. От юли 2005 г. социалните предприемачи имат възможност да използват организационна форма специално създадена за техните цели – дружество в интерес на общността.[7]

През 2002 година лейбъристкото правителство на Тони Блеър, осъзнавайки потенциала на социалните предприятия, създава тригодишна правителствена програма за подкрепа на социалните предприятия, наречена „Социалното предприятие – стратегия за успех“. [8] Едновременно с това се създава и структура в рамките на правителството, която да поеме отговорността за изпълнение на стратегията – това е Отдел за социални предприятия в рамките на Министерство на търговията и индустрията. Към отдела се обособяват осем работни групи по различни приоритети, с широкото участие на агенциите за регионално развитие, бизнеса, неправителствените организации и социалните партньори. В рамките на приетата стратегия, правителството дефинира три стратегически цели за развитие на социалните предприятия, а именно:

- Създаване на благоприятна среда;
- Подкрепа за бизнес развитието на социалните предприятия;
- Механизъм за оценка на ползите от социалните предприятия.

От 2006 година Отдела за социални предприятия става част от новосъздадения офис за третия сектор, под ръководството на Министерския съвет. През същата година той публикува и нова стратегия озаглавена „План за действие за социалните предприятия: Достигане на нови висоти“, която регламентира новите политически приоритети.[9] Основният фокус на стратегията е осигуряването на достъп до финансиране на социални предприятия, както и насърчаване на инвестиционни фондове със социална цел.

Практиката във Великобритания показва, че няма единен правно-организационен модел подходящ за социалните предприемачи. Законодателството дава възможност за избор между различни организационни форми – търговски дружества или благотворителни организации. Изборът на организационна форма в голяма степен зависи от целите на социалното предприятие, характеристиките на целевата група и възможностите за ползване на данъчни облекчения. Като част от правителствената стратегия за подкрепа на социалните предприятия, възниква и нова правно-организационна форма създадена специално за социално предприятие, а именно: дружество с ограничена отговорност в интерес на общността. Това е разновидност на търговските дружества с ограничена отговорност, като обаче законодателят е предвидил доказване на интереса на общността. За упражняване на контрол над дружествата в интерес на общността се предвижда ежегоден тест за интересите на общността, където се описва по какъв начин дружеството е подпомогнало общността, дали са били интегрирани заинтересованите групи. Най-популярните сфери на дейност на социалните предприятия в Англия, независимо от формата, под която са регистрирани са: социални дейности – включване на пазара на труда на хора в неравностойно положение, предоставяне на социални услуги, природозащитни – опазване и развитие на околната среда, рециклиране на продукти, и третата група – дейности по възстановяване и развитие на местните общности.

Според официалната статистика за 2012 година във Великобритания функционират около 284 000 социални предприятия, представляващи приблизително 5% от общия брой работодатели. През 2012 година те са генерирали оборот от 27 милиарда английски лири, което представлява около 1% от годишния Брутен Вътрешен Продукт (БВП) на страната.

Законовото припознаване на юридическата форма „социална кооперация” в Италия става с приемането на закон 381 през 1991 година, след близо десетгодишен дебат в Парламента на Италия. [10] Тази юридическа форма представлява огромна иновация не само на регионално, но и на международно ниво. Основни отличителни черти на социалните кооперации според закона са следните:

- Бенефициент на ползите е преди всичко цялата общност, или групи в неравностойно положение. Всъщност закона от 1991 година постановява, че „социалните кооперации извършват дейност в обща полза за общността и за социалната интеграция на гражданите”.

- Членството/участието в социалните кооперации има различни нива – от една страна са членовете на кооперацията, които участват в дейностите и получават възнаграждение, а от друга – това са членове, потребители на услугите, които имат директна полза от услугите (възрастни хора, хора с увреждания). Освен това има и трета категория членове, които участват с доброволен труд.

Друга специфична черта на социалните кооперации в Италия е тяхното разделение на две основни категории според основната им дейност, а именно: кооперации, които извършват дейност в сферата на здравните грижи, социални и образователни услуги (тип А) и кооперации, които функционират като фирми за интеграция на хора в неравностойно положение на трудовия пазар (тип Б). Друга отличителна черта на социалните кооперации в Италия е тяхното привилегировано положение и взаимоотношения с местните и централни власти, взаимоотношения, които много често са регламентирани със специални споразумения.

След законовото припознаване на социалните кооперации започва процес на широко разпространение на модела в различни региони на страната. Най-голямата полза от законовата уредба е по-голямата разпознаваемост и приемането на термина от всички местни съдилища. В последните години развитието на социалните предприятия е силно повлияно от вниманието на местните власти към социалните услуги, възлагане на социални услуги на външни доставчици, както и модернизирването на системата от социални грижи. Така се стига до приемане на Закон № 118 от 2005 г. и Законодателния декрет № 155 от 2006 г., които очертават съвременната законодателната рамка в Италия по отношение на социалните предприятия. Чрез тези продължителни законодателни инициативи не е въведен нов правен субект, а са дефинирани характеристиките на социалното предприятие, които са приложими за всяко частно юридическо лице, независимо дали е с нестопанска или със стопанска цел.

Според възприетия подход от италианското законодателство има два основни елемента, които определят една компания като социално предприятие: липсата на печалба и предоставянето на обществени услуги, включително чрез доброволчески дейности. Изборът на законодателя отразява желанието му да доближи две реалности, разделени от дълго време: реалността на производството със стопански характер и тази на производството на стоки и услуги в обществена полза. Опитът за сближаване започва с отдръпването на държавата и обществените институции от управлението на услуги в обществена полза. Предизвикателството свързано с насърчаване на социалната икономика се състои именно в това, да се разпознае и признае значението на социалната икономика не само по отношение на засилване на социалното сближаване, но и за развитието на икономическата конкурентоспособност на териториите. В този смисъл, социалните предприятия допринасят и са част от стратегиите за икономическо развитие на всеки регион, което е в съответствие и с европейските насоки в областта на социалната икономика и развитието на предприемачески дейности.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение, от анализа на европейските стратегически документи могат да бъдат идентифицирани две взаимосвързани насоки на общеевропейската политиката спрямо социалните предприятия и социалната икономика, като първата е нарастваща нормативна регулация с оглед стандартизиране на разбирането какво е социално предприятие. Втората водеща насока на общеевропейската политика е свързана с планиране на финансов ресурс, насочен към създаване и устойчиво развитие на социалните предприятия. По този начин се гарантира, от една страна създаването на ясна основа, критерии и ограничено поле за прилагане на подкрепящи мерки от всякакъв характер – финансов и нефинансов, а от друга страна не води до натрупване на регулация и нормативно бреме без последваща подкрепа.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Социалната икономика в Европейския съюз, Обобщение на доклада, изготвен за ЕИСК от Международния център за изследвания и информация за публичната икономика, социалната икономика и икономиката на кооперациите (CIRIEC)
- [2]http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2009-0062+0+DOC+XML+V0//BG#ref_1_16 резолюция от 6 септември 2006 г. относно Европейски социален модел за бъдещето
- [3]Предложение на Регламент за Европейски Фондове за Социално Предприемачество
http://ec.europa.eu/internal_market/investment/social_investment_funds_en.htm
- [4]http://old.europe.bg/upload/docs/DEO_57.pdf Договор от Рим за създаване на Европейската общност
- [5]Policy Brief on Social Entrepreneurship; Entrepreneurial Activities in Europe, OECD Local Economic and Employment Development Programme, 2010
- [6]Социалната икономика в Европейския съюз, Обобщение на доклада, изготвен за ЕИСК от Международния център за изследвания и информация за публичната икономика, социалната икономика и икономиката на кооперациите (CIRIEC)
- [7]A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, Country Report: United Kingdom, European Commission, 2014
- [8]DTI. (2002). Social enterprise. A strategy for success. London: Department of Trade and Industry. (www.dti.gov.uk/socialenterprise/strategy.htm)
- [9]http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20070108124358/http://cabinetoffice.gov.uk/third_sector/documents/social_enterprise/se_action_plan_%202006.pdf „План за действие за социалните предприятия: Достигане на нови висоти“
- [10]Изследване на добри практики за маркетинг и популяризация на социални предприятия в Италия, 2013 г. Фондация „Милениум“

REGULATORY FRAMEWORK AND CHALLENGES FOR THE DETERMINATION OF REGIONS IN BULGARIA

Evelina Parashkevova

D.A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov, Bulgaria, e.parashkevova@uni-svishtov.bg

Abstract: The European Union's cohesion policy and Member States face many challenges over the coming years. The expected changes in funding criteria in the programming period 2021-2027 require a new approach to regional policy at national level. A procedure for the definition of new boundaries of the planning regions (NUTS 2) is underway in Bulgaria. It is in response to the resulting decline in the population of the Northwest Planning Region. As a result, the population of this region already has fewer than 800,000 people and does not correspond to European requirements. This is the basis of the need to set new borders, which is also a challenge throughout the regionalization of the country. The key issue is how to define the boundaries of the new regions, not to reduce access to EU Cohesion Policy funds. In the period 2021-2027, the NUTS 2 regions are divided into three groups: highly developed, under development and underdeveloped. Support will mainly be given to underdeveloped areas and no support is planned for highly developed areas in the EU. At the same time, due to the limited national resources for conducting a serious regional development policy in our country, it is necessary to look for external finance, especially European funds. This challenge requires decision making that best meets stakeholder interests. It is necessary to observe the requirements of the European regulations when defining the areas, while at the same time looking for the similar problems and common characteristics of the settlements that will fall in the respective region. Reducing the gap between regions requires a flexible and targeted regional development policy. Only in this way is it possible to implement an integrated regional development policy in support of European and national strategic objectives and to achieve sustainable long-term impacts. At European level, emphasis is placed on closer integration between European policies and objectives and specific development policies for the regions. This integration will be realized through the so-called "European Semester". In practice, this is a synchronization of the budgetary and economic policies of each individual Member State with the policies and objectives set at EU level.

NUTS 2 regionalization is important for Bulgaria as it is used not only for statistical purposes, but also for the development of the Cohesion Policy of the European Union. The objective is to identify economically, infrastructure, historical and ecologically similar regions in order to create the conditions for an adequate and purposeful regional policy that is not complementary to sectoral policies. It should be the basis for a balanced development of the territories concerned. Expectations are that this will overcome the economic backwardness and depopulation of peripheral territories and provide opportunities for growth.

Keywords: region, regional development, cohesion policy.

НОРМАТИВНА РАМКА И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРЕД РАЙОНИРАНЕТО НА БЪЛГАРИЯ

Евелина Парашкевова

Стопанска академия „Д. А. Ценов“ Свищов, e-mail: e.parashkevova@uni-svishtov.bg

Резюме: Промените в европейската политика по сближаване поставят нови предизвикателства пред страните членки. Очакваните изменения в критериите за финансиране в програмен период 2021 – 2027 г. изискват нов подход към регионалната политика на национално ниво. В България тече процедура по определяне на нови райони за планиране (NUTS 2). Тя е в отговор на настъпилото намаляване на числеността на населението на Северозападен район за планиране. В резултат на което този район вече е с население под 800 000 души и не отговаря на европейските изисквания. Това налага промяна в неговите граници, която е предизвикателство през цялостното райониране на страната. Основният въпрос е как да бъдат определени границите на новите райони, за не бъде намален достъпът до средства от Кохезионната политика на Европейския съюз. В периода 2021-2027 г. районите от ниво NUTS 2 се разделят в три категории: силно развити, в развитие и слабо развити. Подкрепа ще получат основно слабо развитите райони, като не се планира помощ за силно развитите райони в ЕС. В същото време поради ограничените

национални ресурси за провеждане на мащабна политика за регионално развитие у нас е необходимо да се привличат външни финанси, най-вече европейски. Това предизвикателство налага търсене на решения, които в максимална степен да удовлетворят интересите на заинтересованите страни. От една страна е необходимо да се спазват изискванията на европейските регламенти при определяне на районите, от друга страна трябва да се търсят сходните проблеми и общи характеристики на населените места, които ще попаднат в съответните райони. Намаляването на регионалните различия изисква гъвкава и целенасочена политика за регионално развитие. Единствено по този начин е възможно да се реализира интегрирана политика за регионално развитие в подкрепа на европейски и национални стратегически цели и да се постигнат устойчиви дългосрочни въздействия. На европейско ниво се поставя акцента за по-тясната интеграция между общоевропейските политики и цели и конкретните политики за развитие на регионите. Тази интеграция ще се реализира през т.нар. “европейски семестър“. По своята същност това е синхронизиране на бюджетните и икономическите политики на всяка отделна държава членка с политиките и целите, поставени на равнище ЕС.

Районирането на ниво NUTS 2 е важно за България, тъй като то се използва не само за статистически цели, а и при разработването на Кохезионната политика на ЕС. Целта е определянето на сходни в икономически, инфраструктурен, исторически и екологичен план райони. По този начин ще се създадат условия за провеждане на адекватна и целенасочена регионална политика, която да не е допълнение към секторните политики, а да е основата за едно по-балансирано развитие на съответните територии. Очакванията са, че по този начин ще се преодолее икономическото изоставане и обезлюдяване на периферните територии и ще се осигури възможност за растеж.

Ключови думи: район, кохезионна политика, регионална политика.

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Няколко са предизвикателствата пред предстоящото ново райониране в България.

На първо място осигуряване на съответствие на новите райони с европейските регламенти относно минималния брой на населението в един регион.

На второ място да се даде възможност на населените места в отделните райони за достъп до европейски средства от Кохезионната политика. Размерът на финансирането е необходимо в най-голяма степен да отговори на потребностите, т.е. това предполага да се отчита изключително важния от гледна точка на програмен период 2021 – 2027 г. показател БВП на човек от населението и неговия относителен дял спрямо средното за Европейския съюз.

На трето място да се създадат предпоставки за провеждане на интегрирана политика за регионално развитие в подкрепа на европейски и национални стратегически цели.

Въпреки, че районите в България нямат самостоятелно административно управление, се изготвят голям набор от стратегически документи за провеждане на политиката за регионално развитие. Наблюденията показват, че тези документи често не осигуряват търсеното въздействие и целевите индикатори за развитие не се достигат.

Решенията по трите ключови въпроса трябва да бъдат широко дебатираны със заинтересованите страни, за да се осигури възможност за информирано управленско решение относно бъдещото териториално райониране на страната и съответно да се създаде среда за провеждане на устойчива и интегрирана регионална политика.

2. ЕВРОПЕЙСКА НОРМАТИВНА РАМКА

На практика районирането в България от ниво 1 и ниво 2 се извършва в отговор на Регламент (ЕО) № 1059/2003 за установяване на обща класификация на териториалните единици за статистически цели (NUTS)²³⁷ и Регламент (ЕО) № 176/2008 на Европейския парламент и на Съвета за изменение на приложенията на Регламент № 1059/2003, допълващ класификацията с новоприетите държави членки

²³⁷ ЕП. Регламент (ЕО) № 1059/2003 за установяване на обща класификация на териториалните единици за статистически цели (NUTS), 2003. http://publications.europa.eu/resource/cellar/9860cb5a-095d-4eaf-b1cf-e622cb8a5df7.0021.01/DOC_1, посл. посетена на 18.08.2018г.

(България и Румъния)²³⁸. Регламентът определя правилата за Номенклатурата на териториалните единици за статистически цели (NUTS). Критериите на Регламента се прилагат при оценка на допустимостта на териториите до европейска финансова подкрепа и чрез него се дава правен статус на NUTS. Реално това деление на териториалните единици се използва за определяне на политиката за регионално развитие, която се финансира със средства от Европейските структурни и инвестиционни фондове (ЕСИФ).

Регламентът не е статичен документи. Той включва и правила за бъдещи изменения на класификацията. Целта е да се гарантира, че данните се отнасят за една и съща регионална единица за определен период от време.

Регламентът въвежда три нива на регионално подразделяне, което е отчетено и в Закона за регионално развитие (ЗРП). Йерархията за райониране се основава на минимална и максимална численост на населението. NUTS не обхваща местните (общински) нива. Когато броят на населението на държава от ЕС като цяло е под минималния праг за дадено ниво на NUTS, самата държава съставлява териториална единица по NUTS за това ниво.

Нивото на NUTS, на което съответства дадено съществуващо административно ниво, се определя на основата на средния брой на населението на неговите административни единици (вж.табл. 1).

Таблица 1.Граници за населението на NUTS

Ниво	Минимална численост на населението	Максимална численост на населението
NUTS 1	3 000 000	7 000 000
NUTS 2	800 000	3 000 000
NUTS 3	150 000	800 000

Регламентът предвижда, ситуация в която за дадено ниво от тази класификацията не съществува административно ниво с подходящ размер в дадена държава от ЕС.В този случай това ниво се създава специално. За целта се консолидират подходящ брой по-малки близки административни единици. Обединените съседни административни единици формират неадминистративно ниво, при което всяка такава единица трябва винаги да съответства на минималната численост на населението. Приложенията на Регламент (ЕО) № 1059/2003 са изменени с Регламент (ЕС) № 1319/2013 на Комисията от 9 декември 2013 година. Изменението е в сила от 01 януари 2015 г. и въвежда разбивката на NUTS нива 1, 2 и 3.

Интерпретацията на европейската регламентация по отношение на NUTS се свързва основно с идеята за създаване на обща статистическа класификация на териториалните единици, с която да се позволи събирането, съставянето и разпространението на хармонизирана регионална статистика в Общността. „Тази йерархична система служи за социално-икономически анализ на регионите в страните членки и за определянето на рамката на действията в областта на Политиката на сближаване (Кохезионната политика) на Европейския Съюз. Ролята на регионите като решаващ фактор за определяне степента на участие на всяка страна, членка на ЕС в използването на финансовите инструменти (фондовете) по целите на Кохезионната политика, предполага създаване на трайно във времето регионално деление на страната, съобразено със спецификата на природо-географските дадености на територията, демографските тенденции, историко-културните особености и социално-икономическите характеристики на всеки един от регионите. В най-висока степен това се отнася за нивото "NUTS 2", защото индикаторите за оценка на степента на развитие на регионите от това ниво са ключовият фактор за определяне по коя от целите на Кохезионната политика ще се насочва помощта, както по отношение на бюджетния сегмент за интелигентен и приобщаващ растеж:

²³⁸ ЕП. Регламент (ЕО) № 176/2008 на Европейския парламент и на Съвета за изменение на приложенията на Регламент № 1059/2003, допълващ класификацията с новоприетите държави членки, 2008. http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pages/Classifics/EC_REG_176_2008_BG.pdf, посл. посетена на 19.08.2018г.

заетост, конкурентоспособност и регионално развитие, така и по сегмента устойчив растеж: природни ресурси, земеделие и околна среда.²³⁹

Включването на обособените неадминистративни райони в ЗРР показва, че на тези нива ще се формулират и изпълняват публични политики за развитие. И това е необходимо с оглед на протичащите социално-икономически процеси и небалансирано развитие, които се наблюдават на ниво 2 в България. Обособяването на районите е важно и от гледна точка на финансовата подкрепа, която ще получи всяка община от отделните райони, както и процента на съфинансиране, което ще трябва да се осигури.

3. НАЦИОНАЛНА НОРМАТИВНА РАМКА

Нормативната основа за регионалното деление на България е поставена с приемането на ЗРР²⁴⁰. В чл. 4. ал. 1 се посочва, че „за целите на планирането, програмирането, управлението, ресурсното осигуряване, наблюдението и оценката на регионалното развитие се обособяват райони, които се разделят на нива в съответствие с изискванията на общата класификация на териториалните единици за статистически цели, прилагана в Европейския съюз.“²⁴¹ Районите от ниво 1, съгласно сега действащия ЗРР са два. Те имат следния териториален обхват:

- район "Северна и Югоизточна България", включващ Северозападния район, Северния централен район, Североизточния район и Югоизточния район;
- район "Югозападна и Южна централна България", включващ Югозападния район и Южния централен район.

Районите от ниво 2 към края на м. август 2018 г. са шест и имат следния териториален обхват:

- Северозападен район, включващ областите Видин, Враца, Ловеч, Монтана и Плевен;
- Северен централен район, включващ областите Велико Търново, Габрово, Разград, Русе и Силистра;
- Североизточен район, включващ областите Варна, Добрич, Търговище и Шумен;
- Югоизточен район, включващ областите Бургас, Сливен, Стара Загора и Ямбол;
- Югозападен район, включващ областите Благоевград, Кюстендил, Перник, Софийска и София;
- Южен централен район, включващ областите Кърджали, Пазарджик, Пловдив, Смолян и Хасково.

Районите от първо и второ ниво не са административно-териториални единици.

Районите, които образуват ниво 3 са административно-териториални единици и са 28 на брой. Техният териториален обхват съвпада с този на отделните административни области.

Според чл. 4, ал. 5 „Районите от съответните нива са териториална основа за провеждане на държавната политика за регионално развитие“²⁴²

Правилникът за прилагане на закона за регионално развитие (ППЗРР)²⁴³ не предвижда разработване на стратегически документи за развитие на райони от ниво 1. За районите от ниво 2 чл. 14 от Правилника предвижда разработване на регионални планове за развитие. Това са документи за „стратегическо планиране на устойчиво интегрирано регионално развитие на съответния район от ниво 2 и се разработва в съответствие с Националната стратегия за регионално развитие, секторните приоритети и инвестиционните намерения на другите структуроопределящи политики за съответния район и с перспективите за пространствено развитие, определени от регионалната схема за пространствено развитие на района.“²⁴⁴ С

²³⁹ Моллов, Б. Варианти за нови райони за планиране в България от ниво NUTS 2.

https://gradat.bg/news/2018/04/23/3167498_arh_belin_mollov_varianti_za_novi_raioni_za_planirane/23.04.2018, посл. посетена на 16.08.2018г.

²⁴⁰ Закон за регионалното развитие. Обн. ДВ. бр.50 от 30 Май 2008г., посл. изм. и доп. ДВ. бр.28 от 29 Март 2018г.

²⁴¹ Пак там, чл. 4, ал. 1

²⁴² Пак там, чл. 4, ал. 5

²⁴³ Правилник за прилагане на закона за регионално развитие, Обн. ДВ. бр.80 от 12 Септември 2008г., посл. изм. и доп. ДВ. бр.50 от 1 Юли 2016г.

²⁴⁴ Пак там, чл. 14, ал. 1

тези документи се определя средносрочното (седемгодишно) приоритетно развитие на района при отчитане на спецификата и потенциала му. Министерството на регионалното развитие и благоустройството в лицето на министъра е отговорната институция за подготовката, съгласуването и актуализацията им. „Регионалните планове за развитие се приемат с отделни решения на Министерския съвет за всеки район от ниво 2.“²⁴⁵

Тези документи указват политиката за съответния район при отчитане на икономическото, социалното, инфраструктурното, екологичното и т.н. развитие. По тази причина те се разглеждат от експерти в рамките на специализирани комисии.

Със Закона за устройство на територията (ЗУТ)²⁴⁶ се създава Национален експертен съвет по устройство на територията и регионална политика, който обаче има функции основно по устройство на територията и не участва във формирането на регионалната политика.

ЗУТ не регламентира устройството на територията на регионално ниво, което показва, че районирането има отношение само за нуждите на планиране на регионалното развитие и трудно намира конкретно измерение в другите политики. Това говори за слаба интеграция на нормативната база, от една страна, и за липса на ясна визия за значението и ролята на политиката за регионално развитие в България, от друга.

4. ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

До края на 2018 г. България трябва да определи границите на своите нови райони в съответствие с Регламент (ЕО) № 1059/2003 за установяване на обща класификация на териториалните единици за статистически цели (NUTS). Числеността на населението, обаче не трябва да бъде единствения критерий за райониране. Трябва да бъдат отчитани и други показатели като природни, географски, исторически, инфраструктурни и икономически характеристики. По този начин ще се осигури адекватното участие на всеки район в Кохезионната политика на Европейския съюз.

В момента в Европа има 276 региона със специфични характеристики. Кохезионната политика има различни цели в зависимост от развитието на районите. Потребностите и потенциала им за развитие, сходството по отношение на нуждата от подкрепа трябва да бъдат основен критерий при избора на вариант за райониране, а не физическата близост на териториите. Естествено и това е важно, но съществуват различни възможни конфигурации, които минимизират значението на географската близост и дават приоритет на другите характеристики.

Европейската политика разглежда развитието на регионите в три групи:

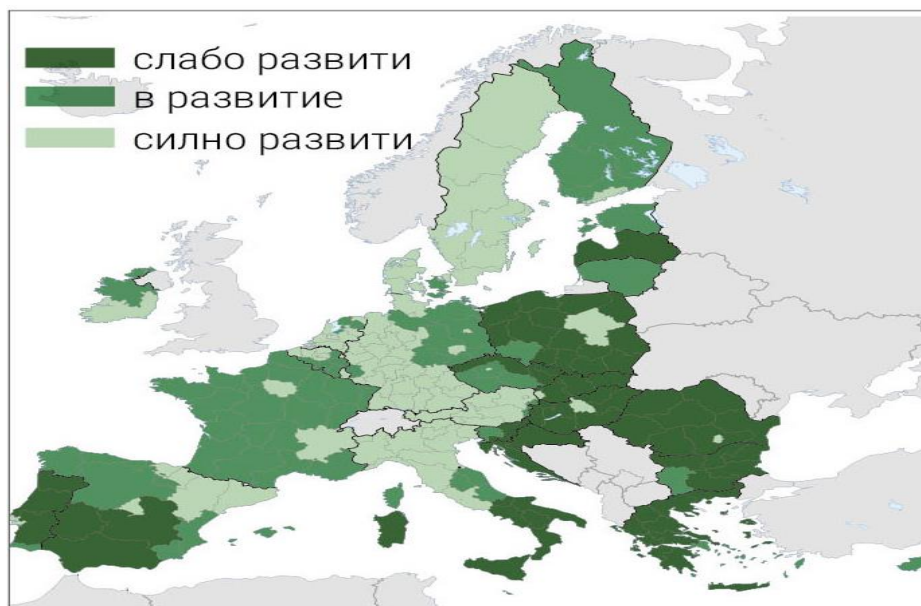
- ✓ Слабо развити – с БВП на човек от населението под 75% от средното за ЕС;
- ✓ В развитие – с БВП на човек от населението между 75% и 90% от средното за ЕС;
- ✓ Силно развити – с БВП на човек от населението над 90% от средното за ЕС.

Фокусът на Кохезионната политика е към финансиране на проекти в слабо развити региони. Такива в България в момента са: Северозападен район, Северен централен район, Североизточен район, Югоизточен район и Южен централен район. Като район в развитие е определен Югозападния район., включващ областите Благоевград, Кюстендил, Перник, Софийска и София (вж. фиг. 1). Развитието на района се дължи основно на показателите за БВП, реализирани в София град. Това означава, че при запазване на този район в настоящите му граници областите, с изключение на София ще са ошетени по отношение на финансовата подкрепа за развитие в програмен период 2021 – 2027 г. Същото се отнася и при варианти, в които София град се обособява като самостоятелен район, тъй като за 2016 г. реализирания БВП на човек от населението е 105%²⁴⁷ от средното за ЕС и това би причислило района към силно развитите и съответно без финансова подкрепа за кохезия.

²⁴⁵ Пак там, чл. 18, ал. 2

²⁴⁶ Закон за устройство на територията, Обн. ДВ. бр. 1 от 2 Януари 2001 г., посл. изм. и доп. ДВ. бр. 28 от 29 Март 2018 г.

²⁴⁷ Костадинова, С. Становище относно обществено обсъждане на вариантите за нови райони на България от ниво 2 по европейската класификация (NUTS-2). Институт за пазарна икономика.
http://ime.bg/var/images/IME_Position_New_Regions.pdf, посл. посетена на 21.08.2018



Източник: Европейска комисия

Фиг 1. Регионите в ЕС

По тази причина трябва да се подхожда изключително внимателно при районирането на страната. Потребностите, които има всяка територия са специфични и стремежът трябва да бъде към максимално задоволяване. Поради ограничените национални ресурси за провеждане на мащабна политика за регионално развитие е необходимо да се привлича външни финанси, най-вече европейски средства.

На европейско ниво се поставя акцента за по-тесната интеграция между общоевропейските политики и цели и конкретните политики за развитие на регионите. Тази интеграция ще се реализира през т.нар. "европейски семестър". По своята същност това е синхронизиране на бюджетните и икономическите политики на всяка отделна държава членка с политиките и целите, поставени на равнище ЕС. Това обвързване се осъществява в рамките на първото шестмесечие на всяка календарна година. Координацията е в три направления:

- структурни реформи, насочени към осигуряване на растежа и заетостта;
- фискални политики, обезпечавщи структурните реформи;
- намаляване и предотвратяване на големи макроикономически дисбаланси в т.ч. и на регионално ниво.

Реализирането на възможно най-добро териториално райониране предполага спазване на националната и европейска рамка по отношение числеността на населението. В същото време е нужно да се прецизира внимателно избора на райони от гледна точка на достъпа им до финансиране от Кохезионната политика на ЕС. Именно това е и основното предизвикателство – да се избере такъв вариант на райониране, който в максимална степен да е благоприятен за населените места и да отразява тяхната реална потребност от финансова подкрепа.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В обобщение може да се отбележи, че националната нормативна база на районирането в България е в съответствие на европейските регламенти, насочени към създаване на единна система за събиране, съставяне и разпространение на хармонизирана регионална статистика в Общността. В същото време, обаче е необходимо да се предприемат действия за провеждане на реална политика в неадминистративните територии, каквито в случая са NUTS 2, за се реализират целите и приоритетите, заложили в регионалните планове за развитие и да се ограничи дебалансираното развитие на територията на страната. Това изисква законодателна инициатива за интеграция на нормативната база в тази посока и за обвързване на стратегическите планови документи на регионално ниво с европейските приоритети и цели на Кохезионната политика за периода 2021 - 2027 г.

Делението на ниво NUTS 2 е важно за България, тъй като то се използва не само за статистически цели, а и при разработването на Кохезионната политика на ЕС. Целта е определянето на сходни в икономически, инфраструктурен, исторически и екологичен план райони, за да се създадат условия за провеждане на адекватна и целенасочена регионална политика, която да не е допълнение към секторните политики, а да е основата за едно по-балансирано развитие на регионите. Очакванията са, че по този начин ще се преодолее икономическото изоставане и обезлюдяване на периферните територии и ще се осигури възможност за растеж.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Закон за регионалното развитие. ДВ. бр.50 от 30 Май 2008г., посл. изм. и доп. ДВ. бр.28 от 29.03.2018г.
- [2] Закон за устройство на територията, Обн. ДВ. бр. 1 от 2 Януари 2001 г., посл. изм. и доп. ДВ. бр. 28 от 29 Март 2018 г.
- [3] Костадинова, С. Становище относно обществено обсъждане на вариантите за нови райони на България от ниво 2 по европейската класификация (NUTS-2). Институт за пазарна икономика. http://ime.bg/var/images/IME_Position_New_Regions.pdf
- [4] Моллов, Б. Варианти за нови райони за планиране в България от ниво NUTS 2. https://gradat.bg/news/2018/04/23/3167498_arh_belin_mollov_varianti_za_novi_raioni_za_planirane/23.04.2018
- [5] Правилник за прилагане на закона за регионално развитие, Обн. ДВ. бр. 80 от 12 Септември 2008г., посл. изм. и доп. ДВ. бр.50 от 1 Юли 2016г.
- [6] Регламент (ЕО) № 1059/2003 за установяване на обща класификация на териториалните единици за статистически цели (NUTS). Европейски парламент, 2003. http://publications.europa.eu/resource/cellar/9860cb5a-095d-4eaf-b1cf-e622cb8a5df7.0021.01/DOC_1
- [7] Регламент (ЕО) № 176/2008 на Европейския парламент и на Съвета за изменение на приложенията на Регламент № 1059/2003, допълващ класификацията с новоприетите държави членки. Европейски парламент, 2008. http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pages/Classifics/EC_REG_176_2008_BG.pdf

THE NEW REGIONAL DIVISION OF BULGARIA - FORMAL ACT OR RELATED POLICY

Borislav Borissov

Tsenov Academy of Economics, Svishtov, Bulgaria, b.borissov@uni-svishtov.bg

Abstract: The regional division of Bulgaria in six regions according to level NUTS 2 raises problems due to the decrease of the required number of the population in one of them and the deteriorating demographic situation. However, disproportions in regional development are not limited to the population, nor are they valid only for the Northwest region, which is one of the least developed in Europe. The discrepancies in the development of individual regions can be seen in other key indicators, such as relative share in the GVA, GDP per capita, natural growth per 1000 inhabitants, average gross salary, unemployment rate, etc.

More than 10 variants have been developed for regions with different territorial coverage. The new regional division of Bulgaria should take into account not only the population requirements but also the criteria for effective management of the funds from the European funds, the existence of administrative capacity for good governance, the principles of decentralization and subsidiarity, the established transport-economic relations between the populated places, municipalities and districts, as well as natural and geographical features defining common problems and opportunities for development. The need for a new territorial distribution of the country is a good reason to specify and the number of municipalities, many of which are very small and without the necessary staffing potential.

The report highlights the strengths and weaknesses of five regional divisions of Bulgaria - the three best options formulated by the Working Group of the Ministry of Regional Development, one of the Institute for Market Economics and one of the architect Belin Mollov, former Deputy Minister of regional development.

The strengths and weaknesses of each option are highlighted and the second and fifth of them are defined as the best. They are quite similar, except that the fifth option adds to the metropolitan area two more administrative districts.

Keywords: regional division, regional development, NUTS.

НОВОТО РЕГИОНАЛНО ДЕЛЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ – ФОРМАЛЕН АКТ ИЛИ ЦЕЛЕНАСОЧЕНА ПОЛИТИКА

Борислав Борисов

Стопанска академия „Д. А. Ценов“, България, b.borissov@uni-svishtov.bg

Резюме: Регионалното разделение на България в шест региона според ниво NUTS 2 повдига проблеми поради намаляването на необходимия брой на населението в един от тях и влошаването на демографската ситуация. Освен това, диспропорциите в регионалното развитие не се смеждат само до броя на населението, нито са валидни само за Северозападния регион, който е един от най-слабо развитите в Европа. Несъответствията в развитието на отделните региони съществуват и по отношение на други ключови показатели, като относителен дял на бруtnата добавена стойност, БВП на глава от населението, естествен ръст на 1000 жители, средна брутна заплата, безработица и др.

Разработени са повече от 10 варианта за различно регионално деление на България. Новото деление трябва да вземе предвид не само изискванията за необходимия брой на населението, но да бъде съобразено и с такива критериите като ефективно управление на средствата от европейските фондове, наличието на административен капацитет за добро управление, принципите на децентрализация и субсидиарност, икономически отношения между населените места, общини и области, както и природни и географски характеристики, определящи общи проблеми и възможности за развитие. Необходимостта от ново териториално разпределение на страната е добра причина да се уточнят и броят на общините, някои от които са много малки и без необходимия квалифициран персонал.

В доклада се изтъкват силните и слабите страни на петте регионални разделения на България - трите най-добри варианта, формулирани от Работната група на Министерството на регионалното развитие, един на

Института за пазарна икономика и един на арх. Белин Моллов, бивш заместник-министър на регионалното развитие. Посочени са силните и слабите страни на всеки сценарий, като втория и петия от тях са определени като най-добри. Те са доста сходни, с изключение на това, че петият вариант добавя към столичния район още два административни района.

Ключови думи: регионално развитие, регионално деление, NUTS.

1. ГАР АНАЛИЗ НА СЪЩЕСТВУВАЩОТО ТЕРИТОРИАЛНО РАЙОНИРАНЕ В БЪЛГАРИЯ

Административно-териториалното устройство (АТУ) у нас се регламентира със Закона за административно-териториално устройство на Република България, приет на 30 юни 1995 г. Съществуващото административно-териториално деление е обусловено от няколко фактора:

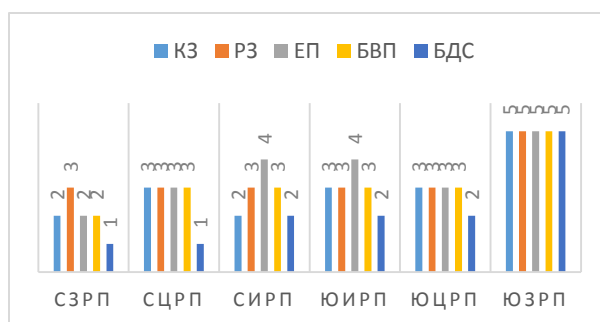
- Исторически – следват се установени в миналото връзки и зависимости между населените места;
- Политически – АТУ трябва да отговаря на националните интереси, но и да позволява самоуправление административно-териториалните единици (АТЕ);
- Административно-управленски – териториалното деление трябва да улеснява, а не да усложнява управлението на АТЕ;
- Финансово-икономически – управлението на АТЕ трябва да бъде осигурено с необходимите финансови и управленски ресурси, част от които да се формират на местно ниво.

За нуждите на европейската статистическа система Евростат, с Постановление на Министерския съвет от 2000 г. бяха определени и шест района за планиране, а именно: Северозападен, Северен централен, Североизточен, Югоизточен, Южен централен и Югозападен. Съгласно Регламент (ЕО) № 1059/2003 за установяване на обща класификация на териториалните единици за статистически цели (NUTS), критериите, на които трябва да отговарят районите от ниво NUTS 2 са брой на населението да е минимум 800 000 и максимум 3 млн. души. Най-застрашен от изпадане под долната граница за население е Северозападния район, въпреки присъединяването към него на Плевенска и Ловешка области през 2007 г. Това стана причина през настоящата година да се заговори за ново райониране на страната, което да отговори на изискванията на Евростат.

Диспропорциите в регионалното развитие обаче, не се свеждат само до броя на населението нито са валидни само за Северозападния район. Несъответствията в развитието на отделните райони могат да се видят и по отношение на други основни показатели, като:

1. Относителен дял в създаването на БДС
2. БВП на глава от населението
3. Естествен прираст на 1000 души от населението
4. Средна брутна работна заплата
5. Коефициент на безработица

На Фиг. 1 се вижда каква е позицията на всеки един от районите за планиране, разпределени в пет групи, в зависимост от стойностите на горните показатели, като група 1 е с най-ниски стойности до 20% от максимално регистрираните, група 2 е със стойности на показателите от 20 до 40% от тези на най-добрия район, група 3 – от 40 до 60%, група 4 – от 60 до 80% и група 5 – от 80 до 100%. Попадането на даден район по някой от изброените показатели в група 1 означава, че той се характеризира със стойности на показателя, които са 20 или по-нисък процент от тези на най-добрия район, в случая – Югозападния, който попада в пета група по всичките пет показателя.



Фиг. 1. Позиция на районите за планиране, в зависимост от основни макроикономически показатели, разпределени в пет групи по възходящ ред на стойностите им.

2. ВАРИАНТИ ЗА НОВО ТЕРИТОРИАЛНО ДЕЛЕНИЕ НА БЪЛГАРИЯ НА НИВО NUTS 2

През 2017 г. Министерство на регионалното развитие и благоустройството сформира междуведомствена работна група, която след проведените заседания консенсусно определи 3 варианта за нов териториален обхват на районите от ниво 2, с 4, 5 и 6 района. Работата по анализа и прогнозите за регионалното развитие и съответствието на шестте планови района в България на изискванията на Евростат започна още през 2013 г., когато беше изготвен доклада „Анализ на състоянието и тенденциите за промени в обхвата на районите от нива 1, 2 и 3 в Република България в контекста на общата класификация на териториалните единици за статистически цели в Европейския съюз“ (ФРМС, 2013). От предложените над 10 варианта, работната група, експерти и представители на различни институции определи като приоритетни три варианта. – с 4, 5 и 6 района.

Първият вариант за ново райониране на България предвижда в страната да има 5 района от ниво NUTS 2: Югозападен, включващ областите София-град, Софийска, Благоевград, Кюстендил и Перник; Южен Централен, включващ областите Пазарджик, Пловдив, Хасково, Кърджали и Смолян; Югоизточен, включващ областите Стара Загора, Сливен, Бургас и Ямбол; Североизточен, включващ областите Търговище, Русе, Разград, Силистра, Добрич, Варна и Шумен; Северозападен, включващ областите Видин, Монтана, Враца, Плевен, Велико Търново, Габрово, Ловеч, Габрово и Велико Търново (Фиг. 2).



Фиг. 2. Райони за планиране при Вариант 1

Силни страни на Първи вариант:

- Ще се наложат сравнително малко промени на програмни и стратегически документи, тъй като трите южни района се запазват;
- Очаква се по-добър баланс на показателите по райони, тъй като се увеличават стойностите на показателите на двата северни района, поради териториалното им разширяване с нови области.

Слаби страни на Първи вариант:

- Според прогнозата на НСИ, Северозападният район отново ще попадне под долната граница за население преди 2025 г.;
- Пренебрегнати са съображенията за географските характеристики на районите и предвижданията за развитие на базисната инфраструктура;
- Североизточния район също остава на ръба на необходимия минимум за брой население;
- Не е отчетена спецификата на Дунавския и Черноморския региони

Вторият вариант предвижда в страната да има 4 района от ниво 2: Югозападен, включващ областите Софийска, София-град, Благоевград, Кюстендил и Перник. Тракийско-Родопски район, обхващащ областите Пазарджик, Пловдив, Стара Загора, Хасково, Кърджали и Смолян. Черноморски район, в който влизат областите Сливен, Ямбол, Бургас, Варна, Добрич и Шумен. Дунавски район, включващ областите Търговище, Видин, Монтана, Враца, Плевен, Ловеч, Габрово, Велико Търново, Русе, Разград и Силистра. В Аналитичния доклад от 2013 г. този вариант съществуваше в две модификации като Черноморският район беше без областите Сливенска и Ямболска и с Търговищка област. В крайна сметка бе одобрен вариант на четири районно деление във вида, показан на Фиг.3.



Фиг. 3. Райони за планиране при Вариант 2

Силни страни на Втори вариант:

- Районите имат обособени географски характеристики;
- По отношение на броя на населението, на областите и общините този вариант е по-балансиран;
- Няма опасност в близко бъдеще да бъде нарушено изискването за минимален брой население на статистически район.

Слаби страни на Втори вариант:

- Остават големи вътрешно регионални различия в рамките на Югозападния район, тъй като столицата и микрорайонът около нея ще изкривят общите показатели за района като цяло;
- Необходимост от определяне на нови NUTS I райони;
- Ще се наложи актуализация на всички програмни и стратегически документи с изключение на документите за Югозападен район.

Третият вариант предвижда запазване на броя на районите – 6, но с променен обхват. Обособява се Западен район, включващ областите Софийска, Благоевград, Кюстендил, Перник, Видин, Монтана и Враца. СЦРП обхваща Плевен, Ловеч, Габрово, Велико Търново, Русе, Разград и Силистра. СИРП, ЮЦРП и ЮИРП райони запазват сегашния си обхват. Най-съществената разлика в този вариант е, че област София-град ще бъде обособена в самостоятелен район (Вж. Фиг. 4).



Фиг. 4. Райони за планиране при Вариант 3

Силни страни на Трети вариант:

- Устойчивост на критериите до към 2045 г.;
- Добра географска ориентация и по приоритетни транспортни коридори;
- Обособяването на два регионални центъра в Черноморския регион удовлетворява претенциите за административен център на Варна и на Бургас.

Слаби страни на Трети вариант:

- Обособяването на столицата в самостоятелен район, което е характерно за някои европейски столици (Берлин, Прага, Виена, Букурещ) може да доведе до проблеми, свързани с откъсването на града от общините, които са пряко свързани със София, като Ботевград, Самоков, Дупница, Кюстендил Перник и др. и да се наруши икономическото развитие както на столичния град, така и на общините от едновременния изохрон;
- Разкъсване на естествената граница между Северна и Южна България – Стара планина и необходимост от определяне на нови NUTS I райони;
- Общините и областите от Черноморския басейн, които имат сходни проблеми и характеристики, необосновано се разделят в два района;
- Ще се наложи разработването на нови програмни и стратегически документи на три нови района.

Четвърти вариант - предложение на ИПИ. Институтът за пазарна икономика, който системно изследва регионалното развитие чрез своите анализи, публикувани в електронния сайт „Регионални профили“ (<http://www.regionalprofiles.bg/>), също има свое предложение за ново регионално деление на страната. То се състои в обособяването на четири района, представени на Фиг. 5. Оформят се Дунавски, Черноморски, Тракийско-Родопски и Западен райони за планиране, като два от тях – Черноморският и Западният, нарушават границите на NUTS 1 (Николова, 2018).



Фиг. 5. Райони за планиране при Вариант 4

При този вариант обаче, диспропорциите между районите не се преодоляват. Ако за обособяването на един район около Черноморското крайбрежие може да се представят убедителни аргументи, то едва ли има такива за обособяването на един западен район. Между общините от Северозападна България и Югозападна България има огромни различия в исторически, културно-традиционен, икономически, етнографски, природо-географски и пр. план. Единствената полза от обособяването на такъв район ще бъде механичното подобряване на показателите на бедните общини от Северозападна България, които ще бъдат статистически отчитани заедно с най-богатите общини от Югозападна, от което обаче, на практика тяхното положение няма да се подобри.

Силни страни на Четвърти вариант:

- Устойчивост на критериите за брой на населението;
- Запазва се естественото географско разделение и свързване на крайдунавските и крайморските области;
- Освен Западния, всички останали четири района попадат в групата на по-слабо развитите, което би означавало, че ще могат да разчитат на повече средства по Кохезионната политика на ЕС.

Слаби страни на Четвърти вариант:

- Механично обединяване на Северозападна с Югозападна България без наличие на никакви сходства между областите и общините;
- Западния район става несъразмерно по-голям от останалите, както по територия, така и по брой на населението;
- БВП в Западния район превишава двойно този на останалите райони, но това не променя положението на най-бедните области и общини от Северозападна България. Напротив, изкуственото отчитане на по-високи икономически показатели може да доведе до намаляване на средствата от ЕС за тези области и общини;
- Ако за три от районите има възможност да се дадат географски определения на наименованието им, то за т. нар. Западнен район такива няма, тъй като те не съществуват.

Пети вариант - предложение на арх. Белин Моллов. Този вариант е доразвиване на вариант 2 на междуведомствената работна група. Водещ мотив е четирите района за планиране да са съобразени с естествените географски характеристики на територията, историческо и селищно развитие. Област Търговище се остава в Черноморския регион, област Благоевград се присъединява към Южния район (Тракийско – Родопски – Пирински), оформя се Столичен регион, обединяващ Софийската агломерация с областите Перник и Кюстендил (Моллов, 2018).



Фиг. 6. Райони за планиране при Вариант 5

Авторът на предложението изтъква редица допълнителни аргументи за това деление, извън популярния критерий за брой на населението. Според него, промените трябва да създадат по-добри условия за участие в Кохезионната политика на ЕС и ефективно използване на европейското финансиране в периода след 2020. Необходимо е преодоляване на различията и противоречията между център и периферия. Много сериозен е въпросът за обособяването на Столична община като самостоятелен регион. Такова решение би се отразило негативно на планирането и развитието на града. София има нужда от прилежащи територии в

рамките на едночасовия изохрон за пътуване. София град, Софийска област, Перник и Кюстендил формират перфектен, компактен планов район с население около 2 милиона жители и богати пространствени възможности за развитие на столичните функции, науката, образованието, високотехнологична икономика, специфично селско стопанство, балнеология, туризъм и рекреация. (Моллов, 2018).

Предложеният от арх. Моллов вариант за четири районното деление има своя разновидност, свеждаща се до промяна на мястото на Старозагорска област от Южния район към Черноморския.

Силни страни на Петия вариант:

- Осигурява балансирано разпределение на населението.
- Предоставя необходимата територия за развитието и просперитета на всички общини, в близкия обхват на столичния град от четирите области – Софийска, София град, Перник и Кюстендил;
- В голяма степен съпада с естествените природо-географски области, което означава, че обединява общини и области със сходни характеристики, проблеми и възможности за развитие.

Слаби страни на Петия вариант:

- И тук се смесват наименования, основани на географски понятия, с пространствено ориентирани критерии и наименования на градове (София).

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При новото регионално деление на България трябва да се имат предвид не само изискванията за брой население но и критериите за ефективно управление на средствата от Европейските фондове, наличието на административен капацитет за добро управление, принципите на децентрализацията и субсидиарността, създадените транспортно-икономически връзки между населените места, общините и областите, както и природно-географските особености, определящи общи проблеми и възможности за развитие.

От изброените пет варианта за регионално деление (три на Междуведомствената работна група към МРРБ, един на Института за пазарна икономика и един на арх. Белин Моллов), като най удачни се открояват втория и петия вариант, които са доста сходни с тази разлика, че в петия районът с център София е разширен с още две области – Пернишка и Кюстендилска.

Добре би било новото регионално деление да се съчетае с крайно необходимото окрупняване на малките общини и свеждане на общия брой на общините в България под 200.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Дрискол, Д., & Дзиенконски, О. (2002). Изясняване ролите и усъвършенстване на планирането на централно, областно и местно ниво. София: ИМС.
- [2] Институт за пазарна икономика. (2018, 08 18). Регионални профили : Препоръки за развитие 2018. Retrieved from Регионални профили, www.regionalprofiles.bg: http://ime.bg/var/images/rppp2018_ime.pdf
- [3] Комитет за наблюдение на Конгреса на местните и регионални власти. (2011). Местна и регионална демокрация в България. Страсбург: Комитет за наблюдение на Конгреса на местните и регионални власти на Съвета на Европа.
- [4] Моллов, Б. (2018, 4 23). Варианти за нови райони за планиране в България от ниво NUTS 2. Retrieved from Градът: https://gradat.bg/news/2018/04/23/3167498_arh_belin_mollov_varianti_za_novi_raioni_za_planirane/
- [5] Николова, Д. (2018, 3 2). Новите райони на България – ще се отреже ли достъпът до евросредства на част от територията? Retrieved from Институт за пазарна икономика: <http://ime.bg/bg/articles/novite-raioni-na-bylgariya-shte-se-otreje-li-dostupyt-do-evrosredstva-na-chast-ot-teritoriyata/>
- [6] ФРМС. (2013). Анализ на състоянието и тенденциите за промени в обхвата на районите от нива 1, 2 и 3 в Република България в контекста на общата класификация на териториалните единици за статистически цели в Европейския съюз. София: ФРМС.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY – ONE OF THE BASIC PROPOSALS FOR GOOD CORPORATE GOVERNANCE

Zorica Siljanovska

FON University, Skopje, Macedonia zorica.siljanovska@fon.edu.mk

Abstract: Companies are not only production-economic systems, but they are part of the overall economic and environmental environment, because besides their profit mission, they have a wider social responsibility. The European Commission understands social responsibility as a concept by which companies integrate social and environmental aspects into their business and interact with stakeholders in the process on a voluntary basis. The idea that businessmen have an obligation to "strive towards such policies, decisions and actions that are desirable within the goals and values of society" is as early as 1953 advocates in his own publication, William Bowen. Catalysis of this process is also due to the emergence of multinational companies whose activities have a significant impact on the environment, which is why they are the focus of the public. Today, the concept of social responsibility is accepted as one of the basic postulates in the systems of companies that are characterized by good corporate governance. Being socially responsible means "profitability and compliance with legal regulations are prerequisites for the company's ethics and support of the social environment where it realizes its business."

Keywords: company, social responsibility, corporate governance, profit, standards, ethical behavior, social aspects, social community.

КОРПОРАТИВНА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ – ЕДЕН ОД ОСНОВНИТЕ ПОСТУЛАТИ ЗА ДОБРО КОРПОРАТИВНО УПРАВУВАЊЕ

Зорица Силјановска

ФОН Универзитет, Скопје, Македонија zorica.siljanovska@fon.edu.mk

Апстракт: Компаниите не се само производно-економски системи, туку се дел од севкупното економско и еколошко опкружување, заради што, покрај својата мисија за профит, сносат и поширока општествена одговорност. Европската комисија, општествената одговорност ја разбира како концепт со кој компаниите ги интегрираат социјалните аспекти и аспектите на животната средина во своето деловно работење и интеракцијата со учесниците во тој процес, на доброволна основа. Идејата дека бизнисмените имаат обврска „да се стремат кон такви политики, одлуки и активности кои се пожелни во рамки на целите и вредностите на општеството“ уште во 1953-тата година ја заговара во една своја публикација Вилијам Боуен. Катализирањето на овај процес се случува и благодарение на појавата на мултинационални компании чии што активности имаат значително влијание на околината, поради што се наоѓаат во фокусот на јавноста. Денес концептот на општествена одговорност е прифатен како еден од основните постулати во системите на компаниите кои се карактеризираат со добро корпоративно управување. Да се биде општествено одговорен подразбира „профитабилноста и почитувањето на законските прописи да бидат предуслови за етика на компанијата и поддршка на социјалната средина каде што таа ја остварува својата деловна активност“. **Клучни зборови:** компанија, општествена одговорност, корпоративно управување, профит, стандарди, етичко однесување, социјални аспекти, општествена заедница.

1. КОРПОРАТИВНАТА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ ВО ГЛОБАЛНАТА ЕКОНОМИЈА

Во системот на корпоративно управување, менаџментот ја прифаќа општествената одговорност како битен фактор за клучните бизнис-активности и ја смета за правилна инвестиција во создавањето услови за сигурно и долготрајно деловно дејствување. Во глобалната економија, бизнисите често играат улога којашто е поголема од создавање на богатство. Развивањето на корпоративна општествена одговорност значи развивање на можностите на компанијата, поголемо учество во општествените активности, подобар рејтинг и значајна предност во однос на конкурентите

Корпоративната општествена одговорност е концепт кој што треба да обезбеди одредени бенефиции како на целото општество така и во бизнисот, и затоа компаниите треба да ја менаџираат корпоративната општествена одговорност како што тоа го прават во другите делови од бизнис стратегијата.

Компаниите се соочени со предизвик економски да се развиваат, како и да бидат одговорни за природната околина и општествената средина. Улогата на бизнисот во општествениот и економскиот развој се очекува да се зголемува. Корпоративната општествена одговорност стана значајна компонента од универзитетските деловни курсеви како во САД така и во земјите членки на Европска унија и повеќето мултинационални компании базирани на ОЕЦД принципите партиципираат во областа на корпоративните одговорности на еден или на друг начин.²⁴⁸

Глобализацијата не само што ги руши границите помеѓу нациите, туку и прави одредени процеси, коишто резултираат со глобално цивилно општество. Светот се смени преку глобализацијата, а сето тоа влијаеше на промена и на бизнис климата и на ставовите. Со глобализацијата и со паѓањето на комунистичкиот систем, бизнисот на глобално ниво почна да се соочува со нови предизвици. Решенијата на социјалните проблеми треба да се бараат во слободните пазарни системи и бизниси. Старите идеи базирани на максимизирање на профитите, концентрирањето и грижењето за акционерските интереси еволуираат кон тоа интересите на сите конституенти да се сметаат како дел од денешната глобална економија. Глобализацијата влијае на внатрешните и надворешните релации помеѓу компаниите, на интерните односи во компаниите, како и во заедницата како целина, и затоа општеството се насочува кон бизнисот со цел да пронајде решенија на овој комплексен феномен.

1.1. СТАНДАРДИ И ПРАВИЛА НА КОРПОРАТИВНА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ

Имплементирањето на општествените одговорности се одвива по одредени стандарди и кодекси за однесување. Државата и владите играат голема улога во креирањето и дефинирањето на голем дел од правилата.

Кодексите за однесување се меѓународно создадени и употребувани, обезбедувајќи принципи за бизнисот коишто промовираат човекови права, безбедност за време на работата, транспарентност, менаџмент на средината, протекција на конзументите и борба против корупцијата.

Водичот на ОЕЦД за мултинационалните компании од 2000 година, ги содржи препораките за мултинационалните компании, и бара почитување на основните вредности поделени во четири подрачја: човекови права, работнички права, заштита на животната средина и антикорупција. Сите овие правила претставуваат дел од единствениот прифатен мултилатерален кодекс што владите се должни да го промовираат, а бизнис заедницата, исто така е активен партиципиент во градењето на правилата за мултинационалните компании на денешниот глобален свет.²⁴⁹ Препораки за управување кои се инкорпорирани во Водичот се: придонес кон економски, социјален и еколошки развој, почитување на човековите права, соработка со локалната заедница, создавање на човечки капитал, почитување на правната регулатива во земјите во кои делуваат, воведување на добро корпоративно управување, подигнување на свеста на вработените преку обуки, поттикнување соработка со бизнис партнерите и не инволвирање во политички активности.

Додека е есенцијално партиципирањето на владите во реформирањето на системите и промовирањето и мониторингот на имплементацијата на препораките важна е и континуираната соработка во бизнисот која што треба да се стреми кон постигнување на целите кои се дефинирани. Препораките во Водичот на ОЕЦД за мултинационалните компании имаат важна улога во веќе постоечкиот процес на корпоративната социјална одговорност, јакнејќи ја светската обврска и охрабрувајќи го консензусот којшто се гради.

Меѓународната организација за стандардизација го донела стандардот ИСО 26000 со цел да го поттикне применувањето на стандардите на општествена одговорност низ целиот свет. Се однесува на концептот, термините и дефинициите, трендовите и карактеристиките, принципите и праксата за

²⁴⁸Roundtable Conference “Partners for Progress - Towards a New Approach to Corporate Social Responsibility”, 2000.

²⁴⁹OECD (2000a), *Spotlight on the OECD Guidelines for Multinational Enterprises*, OECD Policy Brief, OECD Observer Preview, Paris December, 2000.

општествена одговорност, интегрирање, имплементација и промовирање, идентификација на засегнатите страни и споделување на информации за постигнатото.

Во Европа во 2000 година е покрената мрежа за општествена одговорност – CSR Europe. Во 2001 година Европската комисија објавила т.н. Зелен документ за општествена одговорност со цел да придонесе за едуцирање на јавноста за значењето и потребата од општествена одговорност. Потоа следувала стратегија за одржлив развој, а во 2004 година се донесени и заеднички начела за општествена одговорност. Како резултат на бројни истражувања и студии CSR Europe ја покренува иницијативата Enterprise 2020 за да ја промовира општествената одговорност како дел од Европската стратегија за паметен, одржлив и сеопфатен раст.

Фактот дека корпоративната општествена одговорност се третира во заклучоците на самитите на Европската унија само потврдува дека свесноста за оваа тема во Европа оди во нагорна линија. "Работењето заедно со Европската унија" (CSR Europe) е мрежа за корпоративна општествена одговорност чија главна цел е помагањето на компаниите да работат профитабилно, да се развиваат и да придонесуваат во човечкиот напредок.²⁵⁰

2. КОРПОРАТИВНАТА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ ВО СОВРЕМЕНИТЕ СИСТЕМИ НА КОРПОРАТИВНО УПРАВУВАЊЕ

Бројни критики денес се упатени на адреса на бизнис секторот: тој е премногу голем, премногу моќен, ја загадува околината, врши експлоатација на луѓето заради постигнување на сопствените цели, профитира на сметка на вработените и потрошувачите, не е транспарентен, не обелоденува точни податоци итн. Критиките пред се се однесуваат на начинот на кој компаниите ја користат својата моќ. Неспорен е фактот дека бизнисите имаат голема моќ во своите раце и истата можат да ја користат на позитивен и негативен начин. Користењето на моќта на начин кој е штетен за различни групи на стејкхолдери, претставува злоупотреба на моќта од страна на компаниите. Моќта е тесно поврзана со концептот на корпоративна општествена одговорност, односно односот на моќ и одговорност претставува основа на општествената одговорност. На долг рок компаниите кои не ја користат моќта на општествено одговорен начин ќе ја изгубат истата. Кога компаниите вршат злоупотреба на својата моќ, расте притисокот врз нив да бидат поодговорни и потранспарентни и соодветно да одговорат на забелешките и критиките упатени кон нив. Овој притисок најчесто доаѓа од владините акции, во форма на построга регулатива и закони, од континуираната медиумска будност и потрага по нови информации, како и од групите со посебен интерес.

Критиките и притисоците за одговорно користење на моќта од страна на компаниите ја зголемуваат нивната грижа за општествените прашања и благосостојбата на стејкхолдерите и го менуваат односот меѓу бизнис секторот и општеството, во вид на променет општествен договор. Овој променет однос директно е поврзан со зголеменото значење на општествената околина и претставува одраз на општествените очекувања од бизнис секторот.

Искрена социјално одговорна компанија си ги поставува и ги остварува социјалните и еколошките стандарди и тоа го прави дури и подобро од она што е определно со закон.²⁵¹ Компаниите се срцето на економскиот живот во заедницата и треба да ја имаат главната улога во развојот и кохезијата на општеството. Тешко е да се сепарира ефективноста на активностите коишто се преземаат од корпорациите во социјалниот, политичкиот и правниот сектор. Преку обезбедување финансиски средства, промовирање на волонтерство и добар маркетинг една корпорација може да биде катализатор на промени во заедницата. Менаџирањето на врските со различните групи во цивилното општество и соработката со клиентите во волонтерски иницијативи го подобрува имиџот и репутацијата на корпорацијата. Вистинскиот предизвик за една компанија е да ги исполнува своите општествено одговорно стратегии и во исто време да ги исполнува своите обврски спрема акционерите.

²⁵⁰ www.csreurope.org

²⁵¹ Joseph, E., „A Welcome Engagement: SMEs and Social Inclusion“, Institute for Public Policy Research, May, 2000.

Howard Bowen²⁵² ја дефинирал општествената одговорност на компанијата како „обврска на бизнисмените да се стремат кон такви политики, одлуки и активности кои се пожелни во рамките на целите и вредностите на општеството“.²⁵³ Тој смета дека економијата има повеќе сфери на влијанија врз животот на граѓаните и заклучува дека општествената одговорност на компанијата треба да ги одразува вредностите и очекувањата на општеството. Менаџментот во системот на корпоративно управување ја прифаќа општествената одговорност како битен фактор за клучните бизнис-активности и ја смета за правилна инвестиција во создавањето услови за сигурно и долготрајно деловно дејствување. Развивањето на корпоративна општествена одговорност значи развивање на можностите на корпорацијата, поголемо учество во општествените активности, подобар рејтинг и значајна предност во однос на конкурентите.

Бизнисот се наоѓа во процес на еволуција и ги менува своите практики и однесување за да ги исполни новите очекувања на заедницата и општеството. Додека технолошките и компетитивните сили продолжуваат да ги присилуваат компаниите глобално да се интегрираат, владините барања и барањата на конзументите се во насока корпорациите да бидат поактивни во социјалната сфера и затоа нивното однесување како социјално одговорни компании е сè повеќе барано. Компаниите треба да се справат со комплексноста на општествените одговорности како во земјата така и во рамки на меѓународните пазари.

Општествено одговорните компании треба да се обединат во корпоративна визија и мисија за промовирање на развој и подобрување на квалитетот на животот. Да се стане глобален лидер го зголемува кредибилитетот и довербата на јавноста. Компаниите се соочуваат со предизвик за извршување на што е можно попозитивно влијание и треба да бидат поддржани од сите сектори во општеството. Корпоративната општествена одговорност зазема значајно место во современите системи на корпоративно управување. Одредени правила и стандарди донесени од владите во САД, но и во Европа придонесоа за облигаторно креирање на оваа нова улога на компаниите во глобалната бизнис агенда. Владите, заедно со невладините организации, можат да придонесат за зголемување на сериозноста на оваа тема и можат да помогнат за да се идентификуваат најдобрите модели на корпоративната општествена одговорност. Со здруженото работење и остварување на соработка помеѓу владите, невладините организации и трговските унии може подобро да се надгледува корпоративното однесување и да се обезбеди да бидат задоволени барем минималните критериуми. Развивањето на добри практики во корпоративното однесување не може да се случи веднаш, но со усвојувањето на основните принципи, сите корпорации барем ќе се движат во истата позитивна насока, односно кон станување на одговорни социјални партнери. Градењето на довербата бара време и ќе се остварува преку упорно и транспарентно однесување.

2.1. ПРИДОБИВКИ ОД РАЗВОЈ НА КОНЦЕПТ НА ОПШТЕСТВЕНО ОДГОВОРНИ КОМПАНИИ

Развој на концепт за корпоративна општествена одговорност значи транспарентно и етичко однесување на компанијата кое придонесува кон одржлив развој, економски раст, грижа за очекувањата на сите засегнати страни, во согласност е со меѓународните норми и е стратешки интегрирано целосно во бизнис процесот на компанијата. Општествената одговорност е начин на водење на бизнис и е во совршена согласност со потрагата на компанијата кон подобар и полесен пристап на глобалниот пазар, зголемена продуктивност или намалување на оперативните трошоци, ефективно користење на ресурсите, управување со ризици и развој на корпоративен идентитет. Од ваквиот начин на управување со бизнисот произлегуваат многу придобивки:

- Подобар пристап до глобалниот пазар и ланци на снабдување, како и создавање на конкурентска предност;
- Намалување на оперативните трошоци (помалку отпад, инпути на енергија и материјали, ефикасно користење на ресурсите и намалување на трошоците за амортизација);
- Полесен пристап до свеж капитал – еден од критериумите кој посебно се цени е водење на социјално и еколошко одговорен бизнис, а движењето за општествено одговорни инвестиции постојано расте;

²⁵²Howard Bowen, 1908-1989, истакнат американски економист, познат по теоријата за трошоци која се нарекува и Bowen Закон..

²⁵³Howard Bowen, „*Social Responsibilities of the Businessman*“, New York, 1953.

- Управување со ризици – интегрирањето на општествената одговорност во системот на корпоративно управување овозможува предвидување на ризиците и брза реакција во однос на можните штетни последици;
- Ефикасност и лојалност на вработените – задоволна и здрава работна сила е директно поврзано со зголемена продуктивност и подобар квалитет;
- Развој на корпоративен идентитет – добрата репутација и имиџ ја зголемуваат вредноста на компанијата и ја издвојуваат од конкурентите, но исто така придонесуваат за привлекување на инвеститори и поквалификувани и продуктивни вработени;
- Зголемена продажба – градењето и развојот на концептот на општествено одговорна компанија обезбедува нови и лојални клиенти кои ќе се идентификуваат со нејзините активности. На над 25% од потрошувачите во земјите на ЕУ социјалниот имиџ на компанијата им е важен кога одлучуваат што да купат;
- Иновации – општествената одговорност во бизнисот ја зголемува иновативноста и често бара размислување „надвор од границите“. Многу еколошки и социјални иновации произлегуваат од општествено одговорни практики;
- Добра корпоративна култура;
- Долгорочен успех во бизнисот и одржлив раст.

Општествената одговорност е инструмент кој го прави економскиот успехвозможен и создава успешни ситуации во кои сите инволвирани страни остваруваат корист. Таа не е само вербална категорија. Одговорноста во реалниот живот се изразува преку дела. Општествената одговорност не е трошок иако често така се доживува, таа е еден од елементите при создавање на профитот на компаниите.

2.1.1. КОРПОРАТИВНА ОПШТЕСТВЕНА РЕАКЦИЈА

Корпоративната општествена реакција претставува облик на корпоративна општествена одговорност, кој е ориентиран кон превземање на акција.²⁵⁴ Аргументите кои стојат позади идејата на корпоративната општествена реакција, упатуваат дека поимот одговорност не е доволно динамичен за во целост да ги опише подготвеноста и активностите на компаниите - кои се надвор од одговорноста - да одговора на општествените барања. Да се биде одговорен значи да се одлучи да се превземе одредена обврска. Меѓутоа да се одговори на општествените барања значи многу повеќе отколку само да се одлучи што да се направи.

Одговорноста во буквална смисла, подразбира состојба на превземање на обврска или облигација, додека реакцијата подразбира присуство на динамичен услов, кој е ориентиран кон акција. Најголемиот дел од досегашните активности на бизнис секторот се поттикнати од одреден мотив - во вид на обврска без разлика дали е пропишан од страна на владата, издејствуван од страна на групите со посебен интерес или е доброволно прифатен. Според тоа, најчесто постои одредена мотивација која води до општествена реакција на компаниите, дури и во оние случаи, кога истата не е превземена во вид на одговорност или обврска.

Корпоративната општествена реакција всушност претставува фаза на превземање на акција во процесот на одговор на менаџментот на прашања од општествена сфера. Концептот на реакција им овозможува на компаниите да оправдаат и применат општествено одговорно однесување, без притоа да заглават во обидите за конкретизација на одговорноста, што може лесно да се случи, доколку компаниите се обидат точно и прецизно да ги детерминираат нивните вистински одговорности, пред да превземат било каква акција.

Можеме да констатираме дека концептот на корпоративна општествена реакција, за разлика од корпоративната општествена одговорност упатува на динамичност и превземање на конкретни акции од страна на компаниите.

Постои можност концептите на корпоративна општествена одговорност и реактивност да бидат интегрирани во еден модел на корпоративни општествени перформанси. При развивањето на ваков концептуален модел не само што треба да се специфицира природата (економска, правна, етичка, филантропска) на одговорноста, туку исто така треба да се идентификува одредена филозофија, модел,

²⁵⁴Buchholz, A.K. & Carroll, A.B., „*Business & Society: Ethics and Stakeholders management*“, 7th Edition, USA: Cengage Learning, 54.

начин или стратегија на реакција. Неопходно е да се одредат аспектите и прашањата на стејкхолдерите или засегнатите области, врз кои овие одговорности се манифестираат. Аспектите, а особено степенот на интерес на компаниите за различните интереси и прашања секогаш се менуваат. Како што одминува времето, така се менува и приоритетот на општествените прашања и аспекти, на кои компаниите мора да одговорат.

Концептуалниот модел ќе им помогне на менаџерите да разберат дека општествената одговорност не е нешто одделно и спротивно од економските перформанси. Моделот ги интегрира економските прашања во мрежата на општествени перформанси. Дополнително ги позиционира етичките и филантропски очекувања во рационална економска и правна рамка.

ЗАКЛУЧОК

Компаниите кои градат систем на корпоративно управување согласно принципите и стандардите на ОЕЦД значајно место и посветуваат на корпоративната општествена одговорност. Менаџерите стануваат се посвесни за придобивките од општествената одговорност и за нејзиното значење во современата глобалната економија. Денес во светски рамки не постои можност една компанија да се карактеризира со систем на добро корпоративно управување, а да нема интегрирано концепт на корпоративна општествена одговорност. Успешните компании денес не се натпреваруваат на локален терен туку сите се наоѓаат во ист кош. Затоа колку подобро го применуваат корпоративното управување толку подобри играчи ќе бидат на меѓународен план. Градење систем на добро корпоративно управување во денешниот глобален свет не е прашање на избор, туку е неопходност.

Корпоративната општествена одговорност е важен сегмент во системот на корпоративното управување и полека, но сигурно станува срцевината на бизнисот во XXI-от век. Таа претставува мост меѓу благосостојбата на општеството и креирањето на профит, односно начинот на кој што можат да се случат и двете. Компаниите коишто се општествено одговорни имаат највисок рејтинг, се најпосакувани во општеството и се оценети како едни од најдобрите места за работа.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

- [1] Howard Bowen, „*Social Responsibilities of the Businessman*“, New York, 1953.
- [2] Joseph, E., „*A Welcome Engagement: SMEs and Social Inclusion, Institute for Public Policy Research*“, May, 2000.
- [3] OECD (2000a), „*Spotlight on the OECD Guidelines for Multinational Enterprises*“, OECD Policy Brief, OECD Observer Preview, Paris December, 2000.
- [4] Roundtable Conference, „*Partners for Progress - Towards a New Approach to Corporate Social Responsibility*“, 2000.
- [5] Buchholz, A.K. & Carroll, A.B., „*Business & Society: Ethics and Stakeholders management*“, 7th Edition, USA: Cengage Learning, 54.
- [6] www.csreurope.org

COMPARATIVE LEGAL ANALYSIS OF THE CHANGES IN THE LEGAL PROVISION OF PUBLIC PROCUREMENT IN THE REPUBLIC OF BULGARIA

Radko Radev

Nikola Vaptsarov Naval Academy – Varna, Republic of Bulgaria radev_radko@abv.bg

Abstract: The present study aims to trace the development of the legal framework of public procurement in the Republic of Bulgaria. The present study aims to draw the difficult path of normative acts from their very basic regulation to their modern development nowadays, incorporating the normative framework of modern Europe through the imposition of the European directives. The study examines in detail the development of legislation on awarding authorities, changes in public procurement, the rules on the spending of public funds, the types of procedures through which the award is made, when and under what conditions exceptions to the general procurement procedure are provided, the thresholds for awarding public contracts have been examined. Attention is paid to the change in the legal framework, the way in which the public expenditure announcement is made and the development in this area is monitored. The issue of publicity in public procurement during different periods of development of the Republic of Bulgaria is considered and how the transparency procedure was developed. The development of the tender selection criteria for changes in the regulatory base in the years was followed. Last but not least, the methods provided by the legislator to guarantee the performance of contracts concluded after public procurement have also been examined. The administrative control and the bodies entrusted with the purpose of preventing infringements, imposing sanctions and preventing the contracting authorities are monitored. Looking at a leaflet, the legislation of the Republic of Bulgaria finds how slowly the public procurement legislation changes in a positive aspect. Certain norms are approved in the years; others are rejected and are not repeated in the next normative act. The application of the legal norms required a more detailed settlement of some of the matter in the next law. Even in the first normative acts there are requirements for publicity and transparency of the processes for spending state resources. The tender procedure is approved as a way of spending, with a competitive start. As soon as the state moves into public procurement, legislation provides for thresholds and different procedures for spending state resources. The question of the use of shortened time limits for the award of public contracts concerning exceptional circumstances that could not be envisaged is extremely modern.

It can be concluded that even when the first legal acts in this field, the legislation of Bulgaria was at a high level, the foundations of legal institutes, which have traditions and exist in our current legislation.

Keywords: public procurement, comparative legal analysis, historical development, public procurement, rules, procedures

СРАВНИТЕЛНОПРАВЕН АНАЛИЗ НА ПРОМЕНИТЕ В НОРМАТИВНАТА УРЕДБА НА ОБЩЕСТВЕНИТЕ ПОРЪЧКИ В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ

Радко Радев

Висше военноморско училище „Н. Й. Вапцаров“ – Варна, Република България radev_radko@abv.bg

Резюме: Настоящото изследване има за предмет да се проследи развитието на нормативната база на обществените поръчки в Република България. Настоящото изследване има за цел да начертае трудният път на нормативните актове от съвсем първоначалната им уредба до модерното им развитие в днешно време, впитайки в себе си нормативната уредба на модерна Европа чрез импониране на Европейските директиви. В изследването подробно е проследено развитието на законодателството, органите по възлагане, промените в обектите на обществените поръчки, правилата за разходване на обществени средства, видовете процедури, чрез които се извършва възлагането, кога и при какви условия се предвиждат изключения от общия ред на възлагане, изследвани са праговете при възлагане на обществени поръчки. Обърнато е внимание на изменението в нормативната база, на начина, по който се извършва обявлението за разходване на публични средства и е проследено развитието в тази област. Засегнат е въпроса за публичността при провеждането на обществените поръчки в Република България и как се е развивала процедурата за прозрачност. Проследено е развитието на критериите за подбор на офертите при промените на нормативната база в годините. Не на

последно място са разгледани и методите предвидени от законодателя за гарантиране на изпълнението на договорите, сключени след провеждане на обществени поръчки. Проследен е административният контрол и органите, на които е възложен с цел недопускане на нарушения, налагане на санкции и превенция на възложителите. Преглеждайки лист по лист законодателството на Република България откриваме как бавно законодателството в сферата на обществените поръчки се променя в положителен аспект. Утвърждават се в годините определени норми, други се отхвърлят и не се повтарят в следващият нормативен акт. Приложението на законовите норми е наложило по-подробно уреждане на част от материята в следващият закон. Още в първите нормативни актове се залагат изисквания за публичност и прозрачност на процесите при разходване на държавни средства. Утвърждава се тръжната процедура като начин на разходване като е заложено конкурентното начало. Още с прохождането на държавата в сферата на обществените поръчки законодателството предвижда *прагове* и различни *процедури* при разходване на държавни средства. Изключително модерно е уреден въпросът за използване на съкратени срокове при възлагане на обществени поръчки касаещи извънредни обстоятелства, които не са могли да бъдат предвидени.

Може да се направи извод, че още при създаване на първите нормативни актове в тази област законодателството на България е на високо ниво, заложили са основите на правни институти, които имат традиции и съществуват и в днешното ни законодателство.

Ключови думи: обществени поръчки, нормативни документи, сравнителноправен анализ, историческо развитие, правила, процедури

ВЪВЕДЕНИЕ

В настоящото развитие на Република България особено внимание се обръща на възлагането на обществените поръчки. Правната им регламентация е разписана в Закона за обществените поръчки [1] и Правилника за приложение на Закона за обществените поръчки [2]. Те са необходим елемент от управлението и развитието на държавата. Обществените поръчки се възлагат от Възложителите, които по своето същество управляват публични финанси, средства от европейските фондове, разходват средства като секторен възложител или са дружество или предприятие, което е възложител по смисъла на закона при изпълнение на функциите си съгласно регламентацията на Закона за обществените поръчки в редакцията от 2018 г. Обществените поръчки са инструмент за задоволяване на потребностите от строително монтажни дейности, проектиране, доставки и услуги, от които Възложителите се нуждаят.

Как се е развивала правната уредба на обществените поръчки, е въпрос който настоящият труд си поставя за задача да проследи.

Развитието на нормативната база по времето на социализма.

Република България изживя своя период на социалистическо развитие през времето от 1947 г. до 1989 г. Социалистическите предприятия получават основни средства чрез предоставяне или преразпределение, което се извършва безвъзмездно. В тези условия няма стопански субекти, които на базата на конкуренцията да се състезават за изпълнение на доставки, услуги или строителство. Липсва нормативна база от закони и подзаконовни нормативни актове в сферата на обществените поръчки, тъй като икономическата среда ги изключва. Всички организации са държавни и всякакво движение на материали и пари е в полза на държавата.

Преходният период за навлизане към пазарна икономика 1989 – 1997 г.

В този период за преминаване от планова към пазарна икономика се поставя и ще се запомни с **Указ № 56 за стопанската дейност** [3]. В основният си текст указа дефинира своето приложение – „за осъществяване на стопанска дейност във всички сфери и отрасли на народното стопанство“. Обявява като основна форма на стопанската дейност – **фирмата**, която работи на стопанска сметка. Въвежда държавно регулиране на стопанската дейност като в регулациите посочва обществените поръчки. Предвижда се възлагане на обществени поръчки на икономическите субекти, само за изпълнение на поети международни задължения, за задачите на социалната политика, за постигане на стратегически, технологични и пазарни цели, както и за гарантиране на националната сигурност и за основни национални баланси.[4]

Указ 56 за стопанската дейност въвежда договорното начало, като провеждането на обществените поръчки е поставено на конкурсна основа. Министерски съвет издава правилник за приложението на указа.

Свободната стопанска инициатива е разписана от **Конституция на Република България** приета през 1991 година [5]. Новата конституция създава и гарантира на всички граждани и юридически лица еднакви условия за стопанска дейност. Инвестициите и стопанската дейност на български и чуждестранни граждани и юридически лица се закрилят от закона. Създават се условия за коопериране и други форми на сдружаване на гражданите и юридическите лица за постигане на стопански и социален напредък. Основният нормативен акт на държавата създава условия за свобода на стопанската инициатива на гражданите и отваря вратите на конкуренцията. Създадени са необходимите условия за възлагане на обществени поръчки. Разбира се не закъснява приемането на нормативен акт, който да урежда материята на държавните поръчки.

Законът за възлагане на държавни и общински поръчки е приет през 1997 г. [6]

Законът подробно, цялостно и самостоятелно урежда материята на обществените поръчки. [7] Това е първата цялостна уредба на материята за обществените поръчки.

Обект на държавни и общински поръчки са изброени изключително пестеливо. Това са дейностите по покупката, доставката, превоза, наем, лизинг, изработка, включително монтаж, поддръжка, ремонт на движими или недвижими вещи; извършване на услуги, включително консултантски и застрахователни; проучване, проектиране, строителството или благоустройството на имоти.

Възложители са всички държавни органи, които се разпореждат със средства от държавния бюджет, държавните фондове, общинските бюджети и общинските фондове. Възложителите са определени единствено по признака – произход на средствата, с които се разпореждат като не са изброени поименно.

Договори за държавни и общински поръчки се сключват за стойности, надвишаващи 300 минимални месечни работни заплати, или над 5 на сто от бюджета на възложителя.

Законът дава интересно определение за стойността на държавната и общинската поръчка. В нея се включва пълната цена за изпълнение на поръчката, дължимите комисионни, лихви и данъци.

Предвиждат се четири изключения от приложимостта на закона - за поръчки свързани с отбраната и сигурността на страната, при целеви помощи за научна дейност или за технологично развитие предоставени от държавния бюджет, поръчки, чийто предмет е обект на защита по Закона за авторското право и сродните му права и други случаи, предвидени със закон.

Държавни и общински поръчки се възлагат чрез четири процедури: конкурс; двустепенен конкурс; търг и пряко договаряне в случаите, изрично посочени в този закон.

Решението за възлагане на държавна и общинска поръчка се обнародва в "Държавен вестник" и в два централни ежедневника.

Введена е гаранция за изпълнение на поръчката в размер не по-малък от 1% от стойността на поръчката. Контролът по спазването на закона се осъществява от Сметната палата и от органите на държавния финансов контрол. Участниците в конкурсите, търговете и в прякото договаряне могат да подават жалби за неспазване на изискванията за провеждането им по реда на Закона за административното производство.

Две години по-късно е приет **Законът за обществените поръчки от 1999 г. [8]**, който отменя предходният закон.

Обектите на обществени поръчки са изрично изписани и представляват голям обем като са разделени на строителство, доставки и услуги. Въведено е понятието субекти на обществените поръчки като в него са описани възложителите. Освен всички които се разпореждат със средства от държавния бюджет и общинските бюджети за пръв път като възложители са упоменати търговските дружества, които се занимават с експлоатацията на мрежи за предоставяне на обществени услуги, свързани с производството, преноса или разпределението на питейна вода, електричество, газ или топлоенергия, както и доставката до тези мрежи, по късно наречени секторни възложители.

Възложители на обществени поръчки са:

1. (изм. - ДВ, бр. 43 от 2002 г.) държавните органи, кметовете на общини и райони, висшите училища, лечебните заведения, юридическите лица с нестопанска цел, както и други органи и организации, които се разпореждат със средства от:

- а) държавния бюджет и/или от извънбюджетни сметки и фондове;**
- б) общинските бюджети и/или фондове;**
- в) преотстъпени бюджетни приходи на бюджетни и нестопански организации;**

2. (Изм. - ДВ, бр. 43 от 2002 г.) *Националният осигурителен институт и Националната здравноосигурителна каса;*

3. (нова - ДВ, бр. 43 от 2002 г.) *дипломатическите и консулските представителства на Република България в чужбина, както и постоянните представителства на Република България към международните организации;*

4. (доп. - ДВ, бр. 97 от 2000 г., предишна т. 3, изм. и доп., бр. 43 от 2002 г.) *еднолични търговци, търговски дружества и държавните предприятия по чл. 62, ал. 3 от Търговския закон, когато извършват една или няколко от следните дейности въз основа на изключителни или специални права, включително и въз основа на концесия или разпрешителен режим:*

а) *експлоатация на мрежи за предоставяне на обществени услуги, свързани с производството, преноса или разпределението на питейна вода, електричество, газ или топлинна енергия, както и доставката до тези мрежи;*

б) *експлоатация на нефтени, газови находища, въглища или други твърди горива;*

в) *експлоатация на летища, пристанища или друга терминална база на превозвачи;*

з) (доп. - ДВ, бр. 43 от 2002 г.) *експлоатация на мрежи за обществени услуги в областта на транспорта като единствен превозвач;*

д) (нова - ДВ, бр. 43 от 2002 г.) *изграждане, поддържане и развитие на железопътната инфраструктура;*

е) (предишна буква "д", изм. - ДВ, бр. 43 от 2002 г.) *изграждане, поддържане и експлоатация на обществени далекосъобщителни мрежи и/или предоставяне на обществени далекосъобщителни услуги с изключение на радио- и телевизионни излъчвания, доколкото тези дейности се извършват при условия на монополно положение или при компенсиране предоставянето на услугите при икономически неизгодни условия чрез или за сметка на държавни или общински ресурси;*

ж) (нова - ДВ, бр. 43 от 2002 г.) *предоставяне на пощенски услуги*²⁵⁵.

Новото в този закон е това, че като самостоятелна група възложители се сочат дипломатическите и консулските представителства на Република България в чужбина, както и постоянните представителства на Република България към международните организации.

Като самостоятелни възложители на обществени поръчки се посочват и Националният осигурителен институт и Националната здравноосигурителна каса, които изготвят, и изпълняват самостоятелни бюджети и до този момент не са били в обсега на Закона за обществените поръчки.

Законът предвижда четири изключения от приложното поле за обществени поръчки, едно от които е отменено по-късно:

1. свързани с отбраната и сигурността на страната, които са предмет на класифицирана информация, представляваща държавна тайна или тяхното изпълнение трябва да е придружено със специални мерки за сигурност в съответствие с действащото законодателство в страната;
2. предвидени в международни споразумения, които се възлагат по определена в тях процедура;
3. възлагани по специална процедура на дадена международна организация.

Условията и редът за възлагане обществени поръчки свързани с отбраната и сигурността на страната се определят с отделна наредба, приета от Министерския съвет по предложение на министъра на вътрешните работи и министъра на отбраната.

Процедурите за възлагане на обществени поръчки са три вида – открита, ограничена и процедура на договаряне. Въведено е договорното начало. В закона за обществените поръчки подробно са изписани изискванията към кандидатите. Основните изисквания са чисто съдебно минало на физическото лице управляващ кандидата и липса на задължения към общинският и държавен бюджет на юридическото лице, изисквания които съществуват и до днес разбира се в по мащабен вид. Възложено е на Министерът на държавната администрация да поддържа **Регистър на обществените поръчки** в контекста на публичност и прозрачност на обществените поръчки

В ЗОП са определени и прагове за приложимост на закона:

1. за строителство - над 600 хил. лв.;
2. за доставки - над 50 хил. лв.;

²⁵⁵ В цитата законовата разпоредба е посочена с последващите изменения от 2002 г..

3. за услуги - над 30 хил. лв.

Условията и редът за възлагане на обществени поръчки под праговете, се определят с наредба, приета от Министерския съвет, като се спазват принципите и целите на закона.

Бъдещото приемане на Република България в Европейския съюз изискваше от страната ни да приведе вътрешното си законодателство в съответствие с основните директиви на Европейския съюз, а именно:

Директива 95/50 на Съвета на ЕИО относно съгласуването на реда за сключване на договори за държавни поръчки и услуги²⁵⁶;

Директива 93/36 на Съвета на ЕИО за съгласуване на реда за сключване на договори за държавни поръчки за доставки²⁵⁷;

Директива 93/37 на Съвета на ЕИО за съгласуване на реда за сключване на договори за държавни поръчки за строителни работи²⁵⁸;

Директива 93/38 на Съвета на ЕИО за съгласуване на реда за възлагане на държавни поръчки от организациите с дейност в отраслите водоснабдяване, енергетика, транспорт и далекосъобщения²⁵⁹;

Директива 97/52 за изменение на Директиви 92/50ЕИО, 93/36 ЕИО и 93/37 ЕИО²⁶⁰;

Директива 98/4ЕИО за изменение на Директива 93/38 ЕИО²⁶¹.

Новият закон приема класификацията на обществените поръчки, от европейските директиви.

За обявяване на обществена поръчка възложителят изпраща покана едновременно до "Държавен вестник" и до Регистъра за обществени поръчки най-малко 45 календарни дни преди датата на провеждане на откритата процедура. Възложителят публикува информация за обществената поръчка и в един местен вестник или национален ежедневник.

Основните критерии при оценяване на предложенията са два:

1. икономически най-изгодното предложение, или
2. най-ниската предложена цена.

Законът за обществените поръчки изисква две гаранции.

На кандидата е вменено задължение да представят *гаранция за участие* в процедурата за възлагане на обществената поръчка. Условията и размерът на гаранцията се определят от възложителя в абсолютна сума, но не повече от 1 на сто от стойността на поръчката.

Кандидатът, определен за изпълнител, се задължава да внесе втора *гаранция за изпълнение* на договора за обществена поръчка, която се освобождава след неговото приключване. Размерът и условията на гаранцията се определят от възложителя като процент от стойността на договора, но не повече от 10 на сто.

Когато кандидатът, определен за изпълнител, е лице по чл. 21 от Закона за защита, рехабилитация и социална интеграция на инвалидите, гаранцията за изпълнение на договора не може да бъде повече от 1 на сто от стойността на договора.

Гаранциите се представят в една от следните форми:

1. банкова гаранция;
2. парична сума.

Кандидатите, участващи в процедури за възлагане на обществени поръчки, могат да подават жалби пред съда по реда на Закона за административното производство, съответно на Закона за Върховния административен съд.

Предвидени са административни наказания за нарушение на закона. Актовете за нарушения на закона се съставят от длъжностни лица на Агенцията за държавен вътрешен финансов контрол, а наказателните постановления се издават от министъра на финансите или упълномощени от него длъжностни лица.

Почти една година по-късно от приемането на закона е приета „**Наредба за възлагане на обществени поръчки, под праговете, определени в чл. 7, ал. 1 на ЗОП**“^[9], която има действие едновременно със закона.

²⁵⁶ OJ L 209, 24.07.1992.

²⁵⁷ OJ L 199, 09.08.1993.

²⁵⁸ OJ L 199, 09.08.1993

²⁵⁹ OJ L 199, 09.08.1993

²⁶⁰ OJ L 328, 28.11.1997.

²⁶¹ OJ L 101, 01.04.1998

По силата на тази наредба до 10 хил. лв. възложителят може да не провежда процедура и да не сключва писмен договор, като сделката се доказва с първичните платежни документи.

Видовете процедури са: открит конкурс, ограничен конкурс, конкурс за проектиране и пряко договаряне като провеждането се извършва при преценка на финансовия ресурс който възложителят е заделил.

Възложителят взема решение за провеждане на **открит конкурс**, когато стойността на обществената поръчка към датата на обявяване на процедурата за възлагане без ДДС е в следните граници:

1. за строителство - над 100 хил. лв. до 600 хил. лв.;
2. за доставка - над 20 хил. лв. до 50 хил. лв.;
3. за услуга - над 15 хил. лв. до 30 хил. лв.

Възложителят взема решение за провеждане на **ограничен конкурс**, когато стойността на обществената поръчка към датата на обявяване на процедурата за възлагане без ДДС е в следните граници:

1. за строителство - над 30 хил. лв. до 100 хил. лв.;
2. за доставка - над 10 хил. лв. до 20 хил. лв.;
3. за услуга - над 10 хил. лв. до 15 хил. лв.

Възложителят взема решение за провеждане на пряко договаряне за възлагане на малка обществена поръчка, когато:

1. стойността на обществената поръчка към датата на обявяване на процедурата за възлагане без ДДС е в следните граници:

- а) за строителство - до 30 хил. лв.;
- б) за доставка - до 10 хил. лв.;
- в) за услуга - до 10 хил. лв.;

2. са налице условията по чл. 16 от Закона за обществените поръчки

3. поръчката е за гаранционно или за извънгаранционно обслужване на машини, съоръжения или комплексно оборудване;

4. поръчката е за закупуване на резервни части за доставени машини, съоръжения или комплексно оборудване;

5. откритият или ограниченият конкурс са прекратени или са приключили, без да е подписан договор.

Кандидатите, участващи в процедури за възлагане на малки обществени поръчки по наредбата, могат да подават жалби за неспазване на изискванията за тяхното провеждане по реда на Закона за административното производство .

Контролът по изпълнението на наредбата се осъществява от Сметната палата и от органите на Агенцията за държавен вътрешен финансов контрол.

През 2004 г. е приет **Законът за обществените поръчки (ЗОП) [10]**, който е изменян и допълван двадесет и осем пъти.

Някои промени са обусловени от на европейското законодателство, а част от измененията са продиктувани от измененията в обществените отношения. Част от промените са свързани с отмяна на паразитни текстове, които не намират приложение в практиката а други за коригиране на констатирани дефекти при прилагането му.

С този закон се въвеждат с основният му текст измененията на няколко европейски директиви, а именно:

Директива 2009/81/ЕО на Европейския парламент и на Съвета относно координиране на процедурите за възлагане на обществени поръчки за строителство, доставки и услуги от възлагащи органи или възложители в областта на отбраната и сигурността и за измененията на **Директиви 2004/17** на Европейския парламент и на Съвета относно координиране на процедурите за възлагане на обществени поръчки от възложители, извършващи дейност във водоснабдяването, енергетиката, транспорта и пощенските услуги и **Директива 2004/18/ ЕО, Директива 2007/66/ ЕО** за изменение на директиви с оглед повишаване на ефективността на процедурите за преразглеждане при възлагане на обществени поръчки, и на **Директива 2009/33/ ЕО** за насърчаване на чисти и енергоефективни пътни превозни средства.

Обекти на поръчките са доставки на стоки, предоставянето на услуги и строителство. Типично военните доставки на оборудване, специално оборудване, строителство пряко свързано с това оборудване и строителство за специфични военни цели вече са обекти на обществени поръчки.[11]

Под субекти на обществените поръчки закона определя не само възложителите но и кандидатите, участниците и изпълнителите.

Възложителите са:

1. Органите на държавна власт, Президентът на Република България, омбудсманът на Република България, Българската народна банка, както и други държавни институции, създадени с нормативен акт;

С промени в закона обн. в ДВ бр. 40 от 2014 г са добавени главният прокурор и административните ръководители на прокуратурите в страната.

2. дипломатическите и консулските представителства на Република България в чужбина, както и постоянните представителства на Република България към международните организации;

3. публичноправните организации;

4. обединенията от субекти по т. 1 или 3;

5. публичните предприятия и техни обединения, когато извършват една или няколко от дейностите по чл. 7а - 7д; т.н. „секторни възложители”

6. търговците или други лица, които не са публични предприятия, когато въз основа на специални или изключителни права извършват една или няколко от дейностите по чл. 7а - 7д.

Към възложителите както се вижда са прибавени омбудсмана на Република България, Българска народна банка, главният прокурор, прокуратурите в страната, публично правните организации и обединения от субекти. С този закон е разписан още един възложител - Централният орган за обществени поръчки, който може да бъде създаден от Министерски съвет за нуждите на органите на изпълнителната власт.

Видовете процедури описани в закона са: открита, ограничена, състезателен диалог и процедура на договаряне с обявление и без обявление а по-късно с изменение на закона и конкурс за проект. Възложителите могат да не провеждат процедура по закона, но са длъжни да прилагат условията и реда на глава осем „а“ „Публична покана“ при ниски стойности на поръчката. [12]

В този закон се определя един особен по своето същество вид обществени поръчки т. н. „запазени обществени поръчки“. Това са поръчки включени в списък по чл. 30 от Закона за интеграция на хората с увреждания, при който факт възложителите са длъжни да ги обявят че са предназначени за тях.

Този закон е характерен със създаването към министъра на икономиката енергетиката и туризма на **Агенция по обществените поръчки**. На Изпълнителният директор на агенцията са разписани множество задължения. Възложен е предварителен контрол върху процедури:

- които напълно или частично са финансирани от европейските фондове;

- за строителство финансирано с бюджетни средства на стойност равна или по-висока от 9 770 000 лв.;

- за обществени поръчки на процедури на договаряне без обявление.

С изменение на закона от 01.10.2014 г. на възложителите е вменено задължение да поддържат профил на купувача, които представлява обособена част от тяхната електронна страница или друг интернет адрес, за които се осигурява публичност.

Предвидена е възможност за обжалване на **всяко решение, действие или бездействие на възложителя** от всяко заинтересувано лице пред специализиран административен орган – Комисията за защита на конкуренцията (КЗК). Жалба може да се подава до сключване на договор или на рамково споразумение. Възложителят може сам да отстрани допуснатото нарушение до приключване на производството пред комисията.

Решението на Комисията за защита на конкуренцията подлежи на обжалване пред тричленен състав на Върховния административен съд в 14-дневен срок от съобщаването му на страните, с което производството по обжалване става двуинстанционно.

Контролът по изпълнение на закона, както и контролът по изпълнение на договорите за обществени поръчки и на рамковите споразумения, се осъществява от Сметната палата и от органите на Агенцията за държавна финансова инспекция. На контрол не подлежи качеството на изпълнението на договора.

През 2004 г. е приет **Правилник за прилагане на Закона за обществените поръчки** [13].

С правилника се урежда прилагането на Закона за обществените поръчки, включително обстоятелствата, които се вписват в Регистъра на обществените поръчки, както и видовете борсови стоки, чиято доставка може да се извършва въз основа на процедура на договаряне без обявление. Обявленията се изготвят съгласно утвърдени образци и се изпращат до "Държавен вестник" в електронен вид - на магнитен носител или по електронна поща. "Държавен вестник" обнародва съдържанието на обявленията. За всеки възложител

на обществени поръчки в регистъра се открива партида с уникален идентификационен номер, по която се извършват всички по следващи вписвания. Всяка обществена поръчка се вписва в регистъра под уникален номер, който се състои от 3 части.

През 2006 г. е приет **Правилник за прилагане на Закона за обществените поръчки** [14].

Той урежда:

1. изпращане и публикуване на информация за обществените поръчки;
2. работата на Регистъра на обществените поръчки, както и обстоятелствата, които се вписват в него;
3. правилата за провеждане на електронен търг;
4. обмен на информация при провеждане на процедурите за възлагане на обществени поръчки;
5. упражняването на предварителен контрол по чл. 19, ал. 2, т. 22 и 24 ЗОП и обмена на информация във връзка с контрола по т. 22;
6. видовете борсови стоки, чиято доставка може да се извърши чрез процедура на договаряне без обявление;
7. публикуване на поканата по чл. 101б, ал. 1 ЗОП;
8. съставянето и поддържането на списъка с външни експерти по чл. 19, ал. 2, т. 8 ЗОП;
9. организирането на жребий за избор на външни експерти;
10. провеждането на процедури чрез електронни каталози;
11. препоръчителните образци на документи, приложими при възлагане на обществени поръчки;
12. задължителното минимално съдържание на договора за обществена поръчка и препоръчителен образец на договора;
13. въвеждането и използването на електронните платформи "електронен мониторинг" (е-мониторинг) и "електронен одит" (е-одит);
14. методиката за определяне на цените по договори, сключвани по реда на чл. 12, ал. 1, т. 13 и чл. 13, ал. 1, т. 9 ЗОП.

През 2016 г. е приет последният **Законът за обществените поръчки (ЗОП)** [15] за периода на настоящото изследване.

Този закон си поставя за цел да уреди условията и реда за възлагане на обществени поръчки за строителство, доставки или услуги и за провеждане на конкурси за проект от възложители при разходването на:

1. публичните средства;
2. средствата, предоставяни от европейските фондове и програми;
3. средствата, свързани с извършването на дейности в секторите на водоснабдяването, енергетиката, транспорта и пощенските услуги;
4. средствата на дружества и предприятия, които са възложители по смисъла на закона.

Обекти на обществени поръчки са:

1. строителството, включително:

а) изпълнение или проектиране и изпълнение на строителство, свързано с една от дейностите по приложение № 1;

б) изпълнение или проектиране и изпълнение на строеж;

2. доставките на стоки, осъществявани чрез покупка, лизинг, наем или финансов лизинг, със или без право на закупуване, както и всички необходими предварителни дейности по употребата на стоката, като инсталационни или монтажни работи, тестване на машини и съоръжения и други;

3. предоставянето на услуги.

С влизането в сила на Закона на обществени поръчки се въвеждат кодовете на номенклатурите в Общия терминологичен речник, приет с Регламент (ЕО) № 2195/2002 на Европейския парламент и на Съвета от 5 ноември 2002 г. относно Общия терминологичен речник, свързан с обществените поръчки (CPV).

За определяне на възложителите законът използва метода на изричното изброяване, като за такива са посочени ръководителите на съответните ведомства.

Възложителите са разделени на **публични** и **секторни**.

Като публични възложители са определени:

1. президентът на Република България;

2. председателят на Народното събрание;
3. министър-председателят;
4. министрите;
5. омбудсманът на Република България;
6. управителят на Българската народна банка;
7. председателят на Конституционния съд на Република България, административните ръководители на органите на съдебна власт, които управляват самостоятелни бюджети, както и административните ръководители на прокуратурите в страната;
8. областните управители;
9. кметовете на общини, на райони, на кметства, както и кметските наместници, когато са разпоредители с бюджет;
10. председателите на държавните агенции;
11. председателите на държавните комисии;
12. изпълнителните директори на изпълнителните агенции;
13. ръководителите на държавни институции, създадени със закон или с постановление на Министерския съвет, включително обособени структури на органите на изпълнителната власт, когато са юридически лица и разпоредители с бюджет;
14. представляващите публично правните организации;
15. ръководителите на дипломатическите и консулските представителства на Република България в чужбина, както и на постоянните представителства на Република България към международни организации;
16. представляващите лечебните заведения – търговски дружества по чл. 36 – 37 от Закона за лечебните заведения, собственост на държавата и/или общините, на които повече от 50 на сто от приходите са от държавния и/или общинския бюджет, и от бюджета на Националната здравноосигурителна каса;
17. ръководителите на централни органи за покупки, създадени за задоволяване на потребностите на публични възложители;
18. публични възложители са и обединенията на възложители по ал. 2, т. 1 – 16.

Като секторни възложители законът определя:

1. представляващите публичните предприятия и техни обединения, когато извършват една или няколко секторни дейности;
2. представляващите търговците или други лица, които не са публични предприятия, когато въз основа на специални или изключителни права извършват една или няколко секторни дейности;
3. ръководителите на централни органи за покупки, създадени за задоволяване потребности на секторни възложители.

За пръв път в историята на законодателството регулиращо обществените поръчки законът позволява делегиране на правомощия от титуляр възложител на:

- друго длъжностно лице, което да организира и/или да възлага обществени поръчки;
- в негово отсъствие - лицето, което го замества съгласно нормативен, административен или друг

акт, който определя представителството на възложителя.

Това уточнение се предприе от законодателя за придобиване яснота кой е конкретният служител, който носи отговорностите за правилното прогнозиране, планиране, провеждане, приключване и отчитане на резултатите от обществената поръчка.

На Министерският съвет е възложено да изготви списък на стоките и услугите съобразно Общия терминологичен речник, които са предназначени за възлагане на специализирани предприятия или кооперации на хора с увреждания или за стопански субекти, чиято основна цел е социалното и професионалното интегриране на хора с увреждания или на хора в неравностойно положение.

Законът предвижда множество изключения от приложението му поле изчерпателно изписани в глава трета, които са свързани с :

- Прилагане на правила от международно споразумение
- Правила на международна организация или международна финансираща институция
- Придобиване или наемане на земя
- Арбитражни или помирителни услуги

- Ограничен брой правни услуги
- Заеми
- Трудови правоотношения
- Услуги свързани с гражданска отбрана, гражданска защита
- Услуги по задължително социално осигуряване и др.

Видове процедури са в разширен брой общо тринадесет:

1. открита процедура;
2. ограничена процедура;
3. състезателна процедура с договаряне;
4. договаряне с предварителна покана за участие;
5. договаряне с публикуване на обявление за поръчка;
6. състезателен диалог;
7. партньорство за иновации;
8. договаряне без предварително обявление;
9. договаряне без предварителна покана за участие;
10. договаряне без публикуване на обявление за поръчка;
11. конкурс за проект;
12. публично състезание;
13. пряко договаряне,

Самостоятелно е уреден реда за възлагане чрез събиране на оферти с **обява и покана до определени лица**.

Съществува възможност възложителите да възлагат директно обществени поръчки, когато стойностите са по - малки от:

1. 50 000 лв. – при строителство;
2. 70 000 лв. – при услуги по приложение № 2;
3. 30 000 лв. – при доставки и услуги извън тези по т. 2.

В законът са предвидени прагове за приложение при съответните процедури, които са в увеличен размер спрямо предходният закон.

Публикуването на информацията за възложени обществени поръчки се извършва:

1. В „Официалният вестник“ на Европейския съюз;
2. В Регистъра на обществените поръчки;
3. В Профила на купувача.

Видове критерии за възлагане.

Обществените поръчки се възлагат въз основа на икономически най-изгодната оферта.

Под икономически най-изгодната оферта законът разбира един от следните критерии за възлагане:

1. най-ниска цена;
2. ниво на разходите, като се отчита разходната ефективност, включително разходите за целия жизнен цикъл;
3. оптимално съотношение качество/цена, което се оценява въз основа на цената или нивото на разходите, както и на показатели, включващи качествени, екологични и/или социални аспекти, свързани с предмета на обществената поръчка.

Законът позволява създаване на централни органи за покупки като това може да стане:

- **от група от възложители**, които да вземат решение за създаване на централен орган за покупки.
- **от централни органи за покупки за нуждите на администрациите на изпълнителната власт**, както и **за нуждите на определени сектори**, които се създават с акт на Министерския съвет.
- **от централни органи за покупки за нуждите на общините**, които се създават с решение на съответните общински съвети по предложение на кметовете на общини. Националното сдружение на общините в Република България може да изпълнява функциите на централен орган за покупки за възлагане на поръчки за нуждите на общините с решение на общото събрание.

Новият закон за обществените поръчки предвижда само една гаранция за изпълнение. Възложителят може да изисква от определения изпълнител да предостави гаранции, които да обезпечат изпълнението на договора или авансово предоставените средства в размер на не повече от 5 на сто от стойността му. Изискването на гаранцията е оставена на оперативната самостоятелност на възложителя. Формите в които може да се предостави гаранцията са увеличени с още една. Освен парична и банкова гаранция изпълнителят може да представи като гаранция за изпълнение застраховка, която да обезпечи изпълнението чрез покритие отговорността на изпълнителя.

За документиране и отчетност на обществените поръчки възложителите са задължени да създават и поддържат **досие** за всяка обществена поръчка с цел осигуряване на документална проследимост (одитна пътека) по отношение на всички свои действия и решения, както и на действията на комисиите за възлагане на обществени поръчки, независимо дали поръчките се възлагат с електронни средства.

Досието съдържа всички решения, обявления, документацията и други допълнителни документи, разясненията, поканите, протоколите, окончателните доклади на комисията, офертите или заявленията за участие, доказателства за предприетите действия по чл. 44, ал. 3 – 5, описание на причините, поради които се използват други средства за подаване на документи, различни от електронните при електронното подаване, а в случаите на осъществен предварителен контрол – и становищата на Агенцията по обществени поръчки и мотивите на възложителя за неприетите препоръки. Досието съдържа договора или рамковото споразумение, както и всички документи, свързани с изпълнението и неговото отчитане.

Досиетата се съхраняват за срок 5 години от датата на приключване изпълнението на договора за обществена поръчка или от датата на прекратяване на процедурата.

В част трета на закона са разгледани специалните правила при възлагане на обществени поръчки от секторните възложители. Като секторни дейности са определени дейностите, свързани със:

1. природен газ и топлинна енергия;
2. електроенергия;
3. водоснабдяване;
4. транспортни услуги;
5. експлоатация на географска област;
6. пощенски услуги.

Обособена е самостоятелна част четвърта за възлагане на обществени поръчки в областите отбрана и сигурност. [16]

На обжалване пред Комисията за защита на конкуренцията подлежи всяко решение на възложителите по процедура за:

1. възлагане на обществена поръчка, включително чрез сключване на рамково споразумение, динамична система за покупки или квалификационни системи;
2. сключване на рамково споразумение;
3. създаване на динамична система за покупки или квалификационни системи;
4. конкурс за проект.

Комисията се произнася в скъсени срокове като за открити процедури срокът е 30 дневен, а за всички останали 15 дневен срок от образуване на производството.

Решението на Комисията за защита на конкуренцията подлежи на обжалване пред тричленен състав на Върховния административен съд в 14-дневен срок от съобщаването му на страните. Върховният административен съд се произнася в срок до един месец от получаване на жалбата и решението му е окончателно.

На Агенцията по обществени поръчки е възложен външен контрол върху процедурите състоящ се от:

1. Контрол чрез случаен избор.

Контролът чрез случаен избор се осъществява върху процедурите, които подлежат на публикуване в РОП. Контрола се осъществява на два етапа.

2. Агенцията по обществени поръчки осъществява **контрол върху процедури на договаряне**, които се откриват от публични и секторни възложители.

Контролът по ал. 1 обхваща проверка за съответствие на посоченото правно основание с мотивите в решението за откриване и доказателствата, представени от възложителя, и се провежда след публикуване на решението за откриване на процедурата в РОП.

3. Контрол върху изключенията от приложното поле на закона.

Възложителят е длъжен, за осъществяване на контрола на агенцията преди да сключи договора за обществена поръчка да изпраща мотиви относно причините, които налагат прилагане на изключението.

4. Контрол при изменение на договор за обществена поръчка

Контролът обхваща проверка за наличие на условията за прилагане на основанието по чл. 116, ал. 1, т. 2 при изменение на договори, чиято стойност е равна или по-висока от стойностните прагове по чл. 20, ал. 1, т. 1 – 3.

На Сметната палата и Агенцията за държавна финансова инспекция е възложен последващ контрол. Той обхваща контролът по изпълнение на договорите за обществени поръчки и на рамковите споразумения.

Със закона се създава постоянно действащ *методически съвет* с участието на Сметната палата, Агенцията по обществени поръчки и Агенцията за държавна финансова инспекция за унифициране на практиките по прилагане на контролната дейност по закона.

През 2016 г. бе приет **Правилникът за прилагане на Закона за обществените поръчки** [17].

С правилника се уреждат условията и редът за прилагане на Закона за обществените поръчки относно:

1. прилагането на някои изключения от приложното поле на ЗОП;
2. планирането и подготовката на възлагането на обществените поръчки;
3. провеждането на процедури за възлагане на обществени поръчки и на конкурс за проект;
4. съдържанието на документите за участие в процедури за възлагане на обществени поръчки, реда и начините за тяхното подаване и получаване;
5. изпращането и публикуването на информация за обществените поръчки;
6. обстоятелствата, които се вписват в Регистъра на обществените поръчки и в Портала за обществени поръчки;
7. изискванията за публикуване на документи в профила на купувача;
8. минималното съдържание на вътрешните правила на публични възложители за управление на цикъла на обществените поръчки;
9. осъществяването на предварителен контрол от Агенцията по обществени поръчки (АОП) и обмяна на информация във връзка с контрола;
10. упражняването на други правомощия на изпълнителния директор на АОП по чл. 229, ал. 1 ЗОП.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитието на законодателството на Република България за обществените поръчки преминава през сравнително малък период от време. Съвременната Българска държавата преминава историческият период на социалистическото си развитие. След приемането на новата Конституция Република България тръгва през преходния период към пазарна икономика към пазарна икономика която развива успешно до настоящият момент.

Преглеждайки оставеното във времето от поколенията нормативни актове от българският законодател, можем да забележим трайно развитие. Още първите закони носят в себе си тръжното начало.

Обявяването на времето и мястото на провеждането на поръчките намира своето публично място в Държавен вестник, обявява се в Регистъра на обществените поръчки на Агенцията за обществени поръчки, а за големите поръчки е дадена публичност чрез обявяване в Европейски вестник.

Праговете за възлагане са намерили своето място във всички закони като наблюдаваме тяхното увеличение като брой и като суми.

Възложителите на обществени поръчки първоначално са много ограничен кръг. С времето техният брой се увеличава и кръгът възложители е стигнал дори до търговски дружества, които извършват една или няколко секторни дейности.

Обектите на обществените поръчки категорично са определени като – „строителство, доставки и услуги”.

Изразходването на общественият ресурс във всички закони е заложен да се извършва с процедури. Броят на процедурите се разширява докато в последният цитиран в това изследване закон за обществените поръчки от 2016 г броят им е нараснал на тринадесет.

Това показва, че ЗОП е бързо променящ се нормативен акт, както на европейско, така и на национално ниво, което изисква неговото адаптиране към настъпващите промени във времето.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Закон за обществените поръчки обн. в ДВ, бр. 13 от 16.02.2016 г., в сила от 15.04.2016 г.; доп., бр. 34 от 03.05.2016 г.; изм. и доп., бр. 63 от 04.08.2017 г.; изм., бр. 85 от 24.10.2017 г.; доп., бр. 96 от 01.12.2017 г., в сила от 03.01.2018 г.; изм. и доп., бр. 102 от 22.12.2017 г., в сила от 22.12.2017 г.; изм., бр. 7 от 19.01.2018 г.
- [2] Правилник за приложение на Закона за обществените поръчки приет с ПМС № 73 от 05.04.2016 г. обн. в ДВ бр.28 от 08.04.2016 г., в сила от 15.04.2016 г.
- [3] Указ № 56 за стопанската дейност, обн., ДВ, бр. 4 от 13.01.1989 г..
- [4] Събев С., Възложителят на обществени поръчки, Издателски комплекс на НВУ „Васил Левски“, С. 2017 г., с. 14.
- [5] Конституция на Република България , обн., ДВ, [бр. 56](#) от 13.07.1991 г., в сила от 13.07.1991 г., изм. и доп., [бр. 85](#) от 26.09.2003 г., [бр. 18](#) от 25.02.2005 г., [бр. 27](#) от 31.03.2006 г.; [Решение № 7](#) на КС на РБ от 13.09.2006 г. - [бр. 78](#) от 26.09.2006 г.; изм. и доп., [бр. 12](#) от 6.02.2007 г., бр. 100 от 18.12.2015 г.
- [6] Законът за възлагане на държавни и общински поръчки, обн., ДВ, бр. 9 от 31.01.1997 г., в сила от 31.01.1997 г., отм., бр. 56 от 22.06.1999 г.
- [7] Пешева- Горанова, И., Административноправен режим на обществените поръчки, УИ „Стопанство“, 2008
- [8] Закон за обществените поръчки, обн. - ДВ, бр. 56 от 22.06.1999 г.; изм., бр. 92 от 10.11.2000 г.; в сила от 01.01.2001 г.; доп., бр. 97 от 28.11.2000 г.; в сила от 01.01.2002 г.; изм. и доп., бр. 43 от 26.04.2002 г.; изм., бр. 45 от 30.04.2002 г.; доп., бр. 109 от 16.12.2003 г.; в сила от 16.12.2003 г.; бр. 28 от 06.04.2004 г.; в сила от 06.04.2004 г.; отм., бр. 28 от 06.04.2004 г.; в сила от 01.10.2004 г.; изм., бр. 64 от 23.07.2004 г.; в сила от 24.08.2004 г.;
- [9] Наредба за възлагане на обществени поръчки, под праговете, определени в чл. 7, ал. 1 на ЗОП, Обн. ДВ. бр. [36](#) от 2 Май 2000г., изм. ДВ. бр. [16](#) от 20 Февруари 2001г., изм. ДВ. бр. [25](#) от 16 Март 2001г., изм. ДВ. бр. [81](#) от 17 Септември 2004г., отм. ДВ. бр. [84](#) от 27 Септември 2004г.
- [10] Законът за обществените поръчки , обн., ДВ, [бр. 28](#) от 6.04.2004 г., в сила от 1.10.2004 г.,
- [11] Събев, С. Специални обществени поръчки, възлагани в системата на МО, изпълнението на които трябва да е придружено със специални мерки за сигурност, Издание: Сборник доклади от Юбилейна научна сесия с международно участие „125 години Морско училище“, ВВМУ „Н. Й. Вапцаров“, 2006 г.
- ISSN 1310-9278
- [12] Събев, С. „Административноправен режим на възлагането на обществени поръчки с публична покана“,Сборник доклади от Седма международна научна конференция Хемус 2014, "Научните изследвания - ключова роля в модернизацията на въоръжението, техниката и системите", 29-30 май 2014 г., Пловдив
- [13] Правилник за прилагане на Закона за обществените поръчки Приет с ПМС № 250 от 17.09.2004 г., обн., ДВ, бр. 84 от 27.09.2004 г., в сила от 1.10.2004 г., попр., бр. 93 от 19.10.2004 г., изм. и доп., бр. 59 от 19.07.2005 г., в сила от 19.07.2005 г., отм., бр. 53 от 2006 г., в сила от 1.07.2006 г.
- [14] Правилник за поръчки приет с [ПМС № 150](#) от 21.06.2006 г., обн., ДВ, [бр. 53](#) от 30.06.2006 г., в сила от 1.07.2006 г., изм., [бр. 84](#) от 19.10.2007 г., в сила от 19.10.2007 г., изм. и доп., [бр. 3](#) от 13.01.2009 г., в сила от 1.01.2009 г., изм., [бр. 93](#) от 24.11.2009 г., в сила от 24.11.2009 г., изм. и доп., [бр. 86](#) от 2.11.2010 г., доп., [бр. 27](#) от 1.04.2011 г., изм. и доп., [бр. 17](#) от 28.02.2012 г., в сила от 26.02.2012 г., попр., [бр. 20](#) от 9.03.2012 г., изм. и доп., [бр. 104](#) от 16.12.2014 г., в сила от 16.12.2014 г., изм., бр. 100 от 18.12.2015 г., отм., бр. 28 от 8.04.2016 г., в сила от 15.04.2016 г.
- [15] Закона за обществените Закона за обществените поръчки. обн., ДВ, [бр. 13](#) от 16.02.2016 г., в сила от 15.04.2016 г., доп., [бр. 34](#) от 3.05.2016 г., изм. и доп., [бр. 63](#) от 4.08.2017 г., в сила от 30.06.2017 г., изм., [бр. 85](#) от 24.10.2017 г., доп., [бр. 96](#) от 1.12.2017 г., в сила от 1.01.2018 г., изм. и доп., [бр. 102](#) от 22.12.2017 г., в сила от 22.12.2017 г., изм., [бр. 7](#) от 19.01.2018 г., изм. и доп., [бр. 15](#) от 16.02.2018 г., в сила от 16.02.2018 г., доп., [бр. 17](#) от 23.02.2018 г., в сила от 23.02.2018 г., [бр. 24](#) от 16.03.2018 г., в сила от 23.05.2018 г., [бр. 30](#) от 3.04.2018 г., изм. и доп., бр. 49 от 12.06.2018 г.
- [16] Събев, С. Възлагане на обществени поръчки в областите отбрана и сигурност, Издателски комплекс на НВУ „Васил Левски“, 2016 г.
- [17] Правилник за прилагане на прилагане на Закона за обществените поръчки приет с [ПМС № 73](#) от 5.04.2016 г., обн., ДВ, [бр. 28](#) от 8.04.2016 г., в сила от 15.04.2016 г., изм. и доп., бр. 91 от 14.11.2017 г., в сила от 1.01.2018 г.

ON THE CROSSROAD BETWEEN THE LEGALITY AND LEGITIMITY - THE PERSPECTIVES OF THE RULE OF LAW IN THE TRANSITIONAL SOCIETIES

Nikola Tuntevski

Faculty of Law Kicevo, University “St. Clement of Ohrid” Bitola, Republic of Macedonia

niktun@t.mk

Abstract: Most Balkan countries in their development have gone through establishments, that called themselves "national" and "humane". But after their collapse, a lot of the people faced with the harsh reality that in this country, individualism was suppressed by state and party collectivism. The law in such circumstances was not directed at the establishment of justice, but in the interest of the party elite and at the expense of disavowing the basic freedoms and rights of the people. This has left lasting consequences in the further development of these countries. The transition to democracy and the rule of law for their citizens was a painful experience, filled with ethnic conflicts, partocracy, highly dubious transformation of property, a living standard on the edge of existence, selective justice and captured judiciary, migration processes of young people to more developed countries and numerous other negative phenomena that marked their long transitional period of a path to a more just society. Such experiences have called into question the development perspectives of most Balkan countries for evolving into real civil societies, where law will be in the service of justice and citizens.

Keywords: Transition societies, legality, legitimacy, rule of law.

1. INTRODUCTION

“Democracy is always in danger, when those who have not learned to listen receive the right to command”
(Wild, Oscar)

Non sub hominem, sed sub Deo et lege²⁶² - this expression best describes the law as a protector of the rights and freedoms of people from the arbitrariness and power of any individual or institution in society. The combat for legality takes a significant place in the political and legal history of mankind. It is inextricably linked to the struggle for democracy and the realization of human rights. The fundamental freedoms and rights of human and citizen are guaranteed as the fundamental values of every social order and they should be protected from any arbitrary power of authority. Their confiscation or restriction is impossible, except in cases provided for in law and in court proceedings. Rule of law is an essential prerequisite for civil society, and vice versa, his absence weakens his democratic character. Therefore, the basic normative principle on which democratic countries should be based is to create equally applicable laws for all and equal protection under the law.

But it is very difficult to build a democracy and a state of law on the traditions of mono-party politics and unity that until recently existed in most Balkan countries. The most important question for these societies is to choose what order they will build in the future -by preserving and maintaining the power of the new elites or through greater civic participation in creating public policies ?! Is it possible to create a civil society in which the "higher interests of the party" and other centers of power are replaced by the "higher interests of the citizens" ?! Is it just enough to change the establishment and the laws, or is it necessary to change and to the awareness of the citizens about the need for the rule of law ?! And will this right contribute to greater fairness in these countries ?! The answers to these questions depend on the development perspectives of most Balkan states - to remain stuck in the endless transition or to accept the values of the developed countries and to engage in the contemporary world trends.societies.

2. FROM LEGALITY TO LEGITIMITY - DETERMINING THE TERMS

“Good people do not need laws to tell them to act responsibly while bad people will find a way around the laws”
(Plato)

How to define a legal state? The legal state is a set of certain institutions that participate in the creation and application of the law, as well as a quality system of legal norms. This definition imposes the following questions

²⁶²"Not under the people, but under the God and law" or in a free translation - "Do not obey people, but to God and laws", Latin proverb, [dict.cc | Non sub homine sed sub Deo et lege | English-Latin Dictionary](https://enla.dict.cc/?s=Non+sub+hominem+sed+sub+Deo+et+lege)
<https://enla.dict.cc/?s=Non+sub+hominem+sed+sub+Deo+et+lege>

and dilemmas. First, what is it that a regime makes it not only legal, but also legitimate?! Weber puts forward the thesis that a certain order is "legitimate" if the majority of the citizens recognize it as such. Their number is irrelevant, if the rest or minority in society does not express its dissatisfaction and does not oppose it with its own notion of an alternative order. And Tadic thinks that one power is legitimate, if the majority accepts it with an explicit or silent consent (Tadic, 1998, p. 91/92). According to them, the legality and legitimacy of a regime depends on numerical indicators, that is, from the "majority of citizens". If the "majority of citizens" have a consensus that a regime is legal and if they agree with the existing system of values, then they will act within its framework, thus confirming its legitimacy. Conversely, if there is no majority agreement for that regime, the danger of the change of that establishment will always be present.

This understanding is acceptable only in the part, which points to the interconnectedness and dependence between legality and legitimacy. It is true that these conditions must exist together in a society if its political system wants to ensure its existence. It is also true that the support of the majority is an important factor for the survival of the regime. But does this make the regime more legal or, more importantly, more legitimate?! Whether totalitarian systems are legal, just because they are based on legality. Certainly not, because their laws promote people's and collective rights, at the expense of civil and individual rights. Such a government is truly legal, but for the citizens it is illegitimate. Therefore, those citizens will oppose such authority.

In this respect, the very term "majority" is debatable. No government, however desirable it can be, is legitimate for all groups in society. On the other hand, the "majority" is not once given and permanently unchangeable category. On the contrary, depending on the circumstances, the consent given by the majority to the regime for an issue can already be changed tomorrow and may be withdrawn tomorrow. Moreover, with the help of pressures or propaganda, not only a "majority" but also a high degree of "consensus support" of the population can be acquired, so that all legal acts or activities according to this criterion would have a high degree of "legitimacy". Moreover, over time and those who disagree with those laws, they will apply them, precisely because of the so-called. "Tyranny of the majority". There is no order, regardless of whether it is democratic or autocratic, where there is no discrepancy between justice and law (Arent, 1990, page XV). The relation between legality and legitimacy can not be seen abstractly, as an ideal type, but depending on the existing circumstances.

Therefore, it is more appropriate to appreciate the legality and legitimacy of any social order, not by numerical but by humanistic criteria. One power expresses its power in a legitimate manner, if it reflects the interests of all citizens. The more it contributes to improving the everyday life of citizens as individuals and the whole society, from every aspect - human rights, social protection or economic well-being; the more it will be accepted and legitimate for most of society. If the power is fulfilled through domination, citizens will "accept it" as legal, only as a result of their own inability to oppose (Levi, 1998, p. 87-93). It is that distinction between the credibility of the government and the need for adequate reciprocity of the citizens. People accept those laws that they feel are being applied in an unbiased manner and in their favor. And vice versa, until the crisis in legitimacy comes when the system can not solve the problems of citizens. Then there is a decline in their loyalty, leading to dysfunction and disintegration of the system itself (Jürgen Habermas, see Tadic, 1988, p. 92).

Apart from the "majority" criterion, the rule of law is defined as a state will, expressed in legal rules, for which enforcement, the government has the legitimacy to apply any mechanisms, and force. But the advocates of these theories demand a limitation of power, even when permitted by law. According to them, the government must be subordinate to the law. In it, the right and the power should be approaching, that is, the force should be in the service of law. Forcing is a means of achieving law, and the state is "a lawful force" and "a rightly established political power" (Blaise Pascal, see Tadic, 1988, page 12). A legal state exists only if there are effective means, with which the state allows the application of the law, but at the same time prevents violation of the freedoms of the citizens. A state that pretends to be legal and righteous should allow man to be a citizen - individual, not a subject who has lost individuality.

The basic rule of a real legal state means - the protection of the rights and freedoms of citizens, whether they are violated by the institutions of government or by other individuals. This means that not only the institutions of the state, but also the freedoms of citizens must not be unlimited, because as such they can be misused to the detriment of other citizens. In a democratic arrangement, where each individual will equals the will of others, the legal rules and the moral judgment of others for one's actions should be at the same time as the highest social categories. All individual wills and even the will of the state should be subject to them. In that case, legality intertwines with

legitimacy and, except for legal, it can be a matter of a righteous state or, moreover, a just society based on mutual respect.

3. LAW IN SERVICE OF THE POWER - RULES OF LAW IN THE BALKAN COUNTRIES

"The more corrupt the state, the more numerous the laws" -
Tacitus

The transition from the previous one-party to a democratic order created optimism in the Balkan countries. However, this transition did not fully meet the expectations of all citizens. The overwhelming role of the parties and other informal centers of power led to the dependence of the citizens on them, due to which the guaranteed freedoms and rights were not fulfilled in the expected way. Below the surface of the concept of democracy and civil society a number of negative phenomena have emerged, such as: clientelism, partisanship, social uncertainty and the relativization of the legal state with informal law. This led to a deficit in democratic and social development in all spheres of these countries and created a hybrid society with undefined relationships. Instead of a rule-of-law state in which the power of law rules, a captured state is derogated from the law of power. The Balkan countries are characterized by "... the domination of collectivism on individualism and the state against the citizens ... because of which civil society is weak and dependent" (Schöpflin, G. 1993, p.19). Instead of rights for citizens, they have gained "rights" or, more precisely, power for themselves.

In most debates on the democratization of Balkan societies, the importance or the need to establish effective institutions and legal mechanisms for the consolidation of democracy are not taken into consideration sufficiently. The biggest problem in these countries is not a transition to democracy, but a transition to a legal and legitimate state.

Respecting the laws in a society is a confirmation of its democracy, as well as the rule of law in it. At the same time, their intensity and selective application can be an indicator of its normative weakness. Proof of this are the Balkan countries, where numerous laws are being adopted and applied. But their source is not the will of the citizens, but the will and interests of the centers of power. This confirms the truth that the number of laws does not make these societies more legitimated, that is, legality does not always bring justice to the common man.

The main intention of the democratic changes in the social order in these countries was precisely that - to restore the primary role of law to citizens as individuals, not to the protection and legalization of any new "majority", collectivity or in relation to new carriers of power. Or, to put it differently, to enable citizens to express their individual will and as a common, social will to establish it in legal regulations, which will regulate their lives.

But despite efforts to establish a democratic, rule-of-law state, the basic characteristic of the legal order in transition conditions is its parallel - civic and party character, that is, the rule of parallel law. Instead of serving to promote democracy and human rights, it is in the interest of those in power. That is why, in order to please every new governing body, this right is characterized by a malignant overproduction of latent laws, which is in an inversely proportional relation with their consistency and respect.

On the one side, all laws are carried in a "democratic process". Citizens and other entities (parties or non-governmental organizations), directly or through their representatives in the legislature, are allowed to participate in all phases of their adoption. They can propose a new law or amendments to the constitution and existing laws. Citizens can influence the subsequent adoption of laws, through public opinion or through lawmakers, as well as to participate in a public hearing, and they can then initiate proceedings before the Constitutional Court for reviewing the constitutionality or legality of an act. In addition, the media can create an atmosphere for the (non) adoption of some laws. Although seemingly everything seems fine, we must bear in mind that "... the remnants of an older mentality", that is, the previous order (Burawoy, M / Verdery, K 1999, p.2), make the questionable civil character of legal reforms in these countries. Due to their particularities and for the transitional period, the transition can not be explained from the aspect of existing theories of law and justice. If for traditional understanding of the state, the criterion of "lawfulness" of power meant an indicator and its "fairness", then in transition conditions, "lawfulness" often becomes a source and a driver of injustice. The roots of such reversibility lie in the tendency to conserve power and privileges, whose bearers are the parties in power. Despite their "folk" and "civic" character, most of the laws that are being adopted are in fact the transcendental will of these centers, that is, an instrument for the preservation, realization and expansion of their interests. Through them, as well as through modeled morale, these centers endeavor to regulate all spheres of social life, in a manner and scope that suits them, and legalize the

expansion of the expansionist-egoistic character of their power. This is seen not only in the law-making process, but especially in their application.

The element of interest and party is present at the very beginning. Although citizens participate in the designing and proposing of laws, due to their party affiliation or economic and social dependence on the centers of power, they are most often extras. Therefore, the regulations are rarely in the interest of a wide range of citizens, but rather they start, or the interests of the parties in which they are members or of some personal interest which, due to the stated dependence, should again be aligned with the interests of "their" party or group. This is even more pronounced when the Government or other state institutions appear as proposers. And from this there are exceptions, that is, every citizen or association can make suggestions; but their destiny will be uncertain. They will either not be put on the agenda of parliament, or they will not be voted. This also happens with laws proposed by MPs who are not in the majority.

The second highlight of the adopted laws is that unlike the relative stability of the law in conditions of democracy, according to the transitional experiences of most Balkan countries, the law in these societies can not be long-lived. As well as the conditions it regulates, it is also a changing, transitional law, which adapts to the demands and interests of each new party or new interest group. Because of the inconsistency of the new social conditions, even if they want, these countries can not create a stable legal system. On the contrary, laws become a kind of fluid or "right with constant change". New laws are constantly being adopted or the existing ones are changed, but in all of them, the content is ambiguous and has legal gaps. It is used mostly by centers of power to interpret them as they see fit. The meaning of one law is to apply it in reality, that is, it was necessary to create a need for it in the society beforehand. While the nonsense of many laws consists not only in their uselessness for society, but also in the non-creation of conditions for their application. It's tantamount to lawlessness. For these reasons, the law-making process should be seen as a need, and not as a necessity to satisfy the arbitrary duties given by any power center. This also undermines the functioning of the rule of law.

Such a distortion of the legal order is even more pronounced in the application of legal regulations, regardless of how much they are socially useful. The number of laws is inversely proportional to their application and effectiveness. In the Balkan countries, the emergence of inflation in laws means deflation of justice, that is, there is a collision between the number of laws and the legal security of citizens. The more laws are worn, the less righteousness and fairness comes to light, and it is harder for the citizens, especially for those who belong to the opponent's party. Such "excessive legality" is the hallmark of societies in which the political is predominant (Madjar, Lj. 2001). The increase in their number not only does not increase the reliability of the citizens, but also aggravates their position even more.

The appearance of a violation or abuse of laws is present to that extent, which is why the dilemma arises - whether the laws themselves are the reason for this, that is, whether their inconsistency, "partisanship", subjectivism and utilitarianism, that is, the personal interest of those who bring them until their auto - negation. Or, the degradation of the basic moral principles is so ingrained in people and society that any constitution and law are to be adopted, and how useful they are to society, the effect would again be the same - the parallel rule of formal law of one and a factual injustice on the other. In fact, both in the transition conditions are complementary.

The main reason for their inefficiency is impotence in relation to the requirements that are set before them. The Balkan countries produce too many laws, but they are divided by the practical problems of the ordinary people. They are not worn because of citizens and their needs, but to meet the interests of the bearers of power. In a situation of a great degree of politicization and corruption in society, the application of laws is guided by the stated utility. By doing so, the laws become another instrument for "encouraging" citizens to give "more enthusiastic support" to the goals and interests of the centers of power. Their "logic" says it is "not unjust," but "a new way of establishing justice." Though absurd and contradictory, this phenomenon reflects "their" perception of "justice." Instead of the right to contribute to the achievement of equity and equality in society, it largely becomes a "legal creature", which is in the service of injustice, discrimination and the power, that is, the power of these centers. This creates a kind of "pathology" of the legal order, where all "ordinary" and "useful" laws, in their application, take on their "face" as an existential "right of the stronger." Instead of respecting individuality and neutrality, interests and power emerge from them. Thus, the proclaimed values for equal validity of laws and their social interest, in transition conditions, pervert in discrimination and subjectivism.

In addition, despite the formal laws and in parallel with them, the application of the unwritten law, ie the "right of the stronger" (the more powerful), is on the rise. The power of these centers is so great in most Balkan countries, so

only a phone call with a "well-intentioned advice" is enough to forget all laws. Their "recommendations" are a command or "law over the laws", whose execution does not stand the objection. At the same time, the centers of power determine not only the norms, but also the manner of their execution. This leads to the creation of an "arbitrary right", which is guided exclusively by their needs. It is also a source for the creation of new laws. But given the changing will of these centers, in case of its collapse with the laws, priority is always given to the first. It is evidence that egoism is elevated to the level of the basic legal principle, which denies every other instance of itself and any control beside itself. Its basis is the moral deformity and acceptance of the wrong and destructive value system among some of the citizens in these countries. More and more people are ready to follow the example, not to those who are honest and committed to their work and society, but to those who have "managed to find out" in transitional conditions. That is why the basic motto in these countries reads "does, as do the others" or "when they can, I can too". The social position of individuals and groups is determined by the privileges that are acquired in exclusive private relations with the holders of power. The individual can not rely on the protection of his rights through the justice system, but is directed to look for it in his clientelistic relations with the holders of power.

Another major problem is the selective application of laws. The centers of power retain the democratic slogan that "no one is preferential to the law". But translated into reality, it means that "the law is no privilege for anyone," that is, no one can feel protected from the rights guaranteed to him by a constitution or a law. Given their utility character, laws in transitional societies can be interpreted in a different way and applied according to the current needs of those in power. This is especially noticeable in the penal laws, whose application is much more diverse when it comes to members of opposition parties or ordinary citizens, than when applied to members of the government or the ruling parties.

In this regard, the role of the judiciary is indisputable. Instead of independence, as a key criterion in his work, it becomes dependent on the centers of power, which leads to asymmetry in their mutual competencies, in favor of the latter. For holders of power, courts are merely an instrument of intimidation and coercion, and their will becomes a substitute for legality. Through the courts, the power (evil) uses the fight with crime to compete with the opponents. This leads to a personal union in the jurisprudence between the accuser and the sueer, ie the infiltration of the executive order in the judiciary, because of which the entire justice system is politicized and in the service of power. The government uses the penal policy, not as a measure of coming to justice, but because of the intimidation of opponents. Unlike the constitutionally guaranteed right that everyone is innocent until proven otherwise; in these countries, the rule is that "everyone is guilty until proven otherwise". Courts operate in an atmosphere of constant pressure, not only from the authorities and parties, but also from the media and the public, who are often instrumentalized by these centers. As a result of this, public opinion regarding judges is mainly negative. Because of such relations with the government, as well as because of their inefficiency, citizens lose trust in the courts.

It does not return to the key issue of this paper - can such justice be expected in society, that is, whether its legality satisfies the criteria of legitimacy ?! Obviously not, because for the realization of justice, the laws that are supposed to implement it must be based on non-discrimination. The basic source from where they should draw their authority are rationalism, moral and humane standards of freedom, equality and responsibility; ie all those traditional values for justice and injustice, which are equal in all circumstances and which apply to all periods of human history. It makes the laws to be general and invariable and apply for an infinite number of cases. By contrast, the laws in these countries, in accordance with the stated partcentism and utilitarianism, are variable and selective and are used as a means of achieving one's goals. This decisionism of the carriers of power can not be called legitimate. Therefore, regardless of the "democratic" in their adoption, this "legality" must not be equated with that objective and unchangeable justice, which we have known for centuries, as a righteousness for all. On the contrary, it is some kind of variable, apparent "justice," because the "moral principles" that are called upon and the "legal regulations" with which it is exercised are variable. This "justice" does not stem from the needs of individuals and cannot express their interests, but from the will of the centers of power, whose interests it attains. Such a legal order, however much it seeks to be shown to be righteous for all, will distribute justice only to the centers of power.

4. THE LAW AS A SERVICE OF CITIZENS - OPPORTUNITIES AND PERSPECTIVES

In order for our transitional societies to achieve the ideal of a genuine rule of law, they must eliminate any authoritarian, discretionary power of any political elite. Instead, it must adopt stable (less changeable) and credible (acceptable for most citizens) rules, as well as to have independent (from the holders of power) judiciary and public administration that will apply them. Judges should be independent and subordinate only to laws, that is, free from

any influences, instructions or pressures from the executive, from the centers of power (parties), from the media or from the public. While deciding on a particular case, the judge must be bound by the right and with his conscience.

A stable and credible legal framework creates a favorable ambience for a greater initiative of the civil sector in proposing, adopting and implementing legal acts. In addition, clear procedures are required for the adoption of laws, and the judiciary should be independent both by those who carry them, and by those who apply the laws. The rule of law should protect the rights of the individual by the will (or rather, arbitrariness) of other individuals or groups, regardless of whether they are a majority or a minority. Therefore, if the Balkan countries want to evolve into societies of free individuals, the rule of law must be the basic paradigm of social life. Security and stability in transition countries can only be ensured through the functioning of the rule of law, which should protect the individual. Therefore, after the expiration of a certain amount of time, the fairness, and not just the legality of the adopted regulations, should be checked.

Whether and how much such verification is possible and which instrument can the citizens apply to achieve this goal?! It is possible by applying various forms of examination of public opinion, monitoring the applicability of the adopted laws and monitoring the effects they cause on the quality of life for the citizens. In addition, the basic criteria for such testing should be: the freedom of the person, the freedom of the citizens (but not as a mass and group, but as individuals), freedom of opinion and speech, that is freedom to criticize the holders of power and to make them to respect the will of the people and the laws, on which they are called so much.

The rule of law, combined with human and ethical values, traditions and contemporary needs, historical circumstances and current affairs in the Balkan countries, the independence of the judiciary and the division of power, constitute a necessary condition for the consolidation of democracy in these countries and for the establishment and existence of a true civil society.

It is possible by using multiple instruments:

- Adoption of legislation that will minimize the arbitrary action of the centers of power, especially with regard to the financing and operation of political parties,
- Reducing their influence in the decision-making processes of the formal government institutions and in proposing and enacting laws, while simultaneously increasing the participation of citizens and the civil sector in these processes,
- Strict prohibition and sanction for any interference by centers of power in the work of the courts,
- Adoption of regulations, which will enable the civil sector greater leveling with the political parties, which will enable it to have greater insight and control over their work, because the assumption for a real civil society is the so-called "Transparency of power", where decisions and actions of all social actors must be subject to participation, monitoring and control by citizens and civil society,
- All regulations must be based on the needs of citizens, to emerge and follow social processes,
- In the context of the above, it is necessary to raise the level of transparency and inclusiveness of the citizens and the expert public in the legislative process, by expressing their opinions, maximizing inclusion in the creation of public policies, as well as greater participation in proposing and adopting the laws, ie they pass through a process of corporativism (cooperation) and codetermination (mutual conditionality),
- Reforms in the judiciary, due to its greater independence and efficiency, as a matter of fact, the Republic of Macedonia and other Balkan countries are bound by the Copenhagen criteria as one of the preconditions for their entry into the European integration processes.

The success in building a real state of law is the foundation for building a stable and healthy society. For the creation of a general and impartial legal system, the demonopolization of law from the hands of formal government in the hands of citizens and civil society, is necessary. Representation and participation of citizens in the creation of social policies are key concepts for each country, which is intended to be called democratic and legal. The power centers in the Balkan countries must still learn how to open themselves for greater participation of citizens, especially in making those decisions that are in the interest of the whole society.

5. CONCLUSION

"The past never dies". This film title seems to have been mirrored in the Balkan countries. The relics of their past are still an obstacle for better present and future. Like all domains in society, the law in these countries is susceptible to numerous "transitional diseases". Most of the newly adopted laws formally legally comply with the standards of international law and those in developed democracies. But their compatibility with the circumstances prevailing in

these countries is questionable, their volatility and their use in the interest of certain formal and informal centers of power; which basically makes them powerless in terms of the "right to power".

Therefore, thorough reforms of the legal orders in these countries are necessary as an integral part of a broader, synchronized and complementary reform project, which includes institutional stability, dispersion of power over several carriers, above all citizens, departation when adopting and applying regulations and raising on the capacities of the judiciary in the performance of its functions, on the basis of the principles of independence and accountability. Moreover, the success of such reforms is impossible without supervision and broad support of the citizens in these countries. The public can and must participate in the creation of its present and future. Laws are legitimate only if they are based on human and ethical values and if they are in accordance with the principles of justice. The rule of law should be a framework for impersonal, objective and rational justice, rather than legitimizing the arbitrariness and the rule of certain power centers. Only this conceptualized law can produce a society of justice. society.

REFERENCES

- [1] Arendt, Hanna, 1990. "Origins of totalitarianism", Kultura, Skopje
- [2] Badescu Gabriel, 2003, Social Trust and Democratization in the Post-Communist Societies, London: Routledge, siteresources.worldbank.org/.../Badescu_social_trust_and_democratization.doc
- [3] Burawoy, Michael/ Verdery, Katherine, 1999. "Introduction in Uncertain Transitions. Ethnographies of Change in the Postsocialist World", Rowman & Littlefield, <https://books.google.mk/books?isbn=1137524499>
- [4] Huntington Samuel P (1991). Democratization in the Late Twentieth Century. Norman: University of Oklahoma Press, <https://www.ned.org/docs/Samuel-P-Huntington-Democracy.pdf>
- [5] Hayek F, Poredak slobode, Novi Sad, Global Book, 1960 & 1998, studymore.org.uk/yhayek.htm
- [6] Holmes L 1997. Post-communism, an introduction. Cambridge. Polity Press, [https://www.wiley.com/.../ Post+Communism%3A+An+Introduction-p-978074561311](https://www.wiley.com/.../Post+Communism%3A+An+Introduction-p-978074561311).
- [7] Levi, Margaret 1998 "A State of Trust" in V. Braithwaite & M. Levi, eds., Trust and Governance, NY,
- [8] Madzar L. 2001, "The Interdependence of Politics, Democracy and the Market Economy" Budva
- [9] Plato, [Good Quotations by Famous People, www.cs.virginia.edu/~robins/quotes.html](http://www.cs.virginia.edu/~robins/quotes.html)
- [10] Schöpflin, G. 1993. "Politics in Eastern Europe", Oxford, Blackwell, <https://catalogue.nla.gov.au/Record/>
- [11] Tadic, Ljubomir, 1988. "Science for Politics", Rad, Belgrade
- [12] Tacitus, <https://fs.blog/2011/11/tacitus-syllogism/>
- [13] Wild Oscar, [Good Quotations by Famous People, www.cs.virginia.edu/~robins/quotes.html](http://www.cs.virginia.edu/~robins/quotes.html)

INTERETHNIC RELATIONS IN THE EUROPEAN UNION AND THE CONCEPT OF EUROPEAN CIVIL SOCIETY

Jasmina Trajkoska

Faculty of Political Science and Diplomacy, FON University, Skopje, Macedonia
jasmina.trajkoska@fon.edu.mk

Abstract: Globalization by itself leads to quick alliance which on European soil is started on economic level with European Economic Community, later on, emerged the necessity of full political connection which is at the same time essential, and harder to achieve. European Union strives to consolidate unity with building the “European Identity”, however this formation is in early stage. Crucial, to perceive the realization of this concept so far, are the opinions of the experts, through their attitudes we could find out how successfully is implemented towards achieving European Civic society. Do they believe in the concept of “European civic society”? In the European member states there are ten interethnic conflicts. These interethnic conflicts are showing the necessity of creating applicable measures by the European institutions to overcome them, and create functional European Identity, which will lead to stronger political union. Firstly, this paper covers the way of preventive diplomacy practiced by the European Union for interethnic conflicts in its borderline. Secondly, gradation of each interethnic conflicts presented in the European Union such as Estonian case with Russian national minority, Spanish with Catalonian national minority, in Croatia with Serbian national minority, in Romania and Slovakia with Hungarian national minority, in Spain with Basques’ which are ethno-nationalists, in the North Cyprus with Turks and Corsicans in France, the both are ethno-nationalists, also there is an interethnic conflict in Belgium, between Flemish and Walloons communities. Each of these interethnic conflicts in the boundaries of the European Union has different level of intensity. The last two parts cover the concept of European Identity and research which is conducted in 2016 with the fifty experts in the field of interethnic conflicts and multiculturalism. In conclusion, this paper confirms the necessity of replacing the ethnic nationalism with civic nationalism in policies, as well as, in all levels rhetoric. The main objective of this paper is to make clear picture of all interethnic conflicts in the boundaries of European Union nowadays and to analyze the possibilities of measures for multicultural societies which are crucial for overcoming ethnocentrism. All of this above mentioned is essential change for European Union to reinforce its position in the actual multipolar world.

МЕЃУЕТНИЧКИТЕ ОДНОСИ ВО ЕВРОПСКАТА УНИЈА И КОНЦЕПТОТ НА ЕВРОПСКОТО ГРАЃАНСКО ОПШТЕСТВО

Јасмина Трајкоска

Факултет за политички науки и дипломатија, ФОН Универзитет, jasmina.trajkoska@fon.edu.mk

Резиме: Глобализацијата ја забрзува потребата од обединување кое на европскиот континент започна најпрво во економска форма, со Европска Економска заедница, за да многу брзо се наметне и потребата од политичко обединување кое во исто време е и неопходно и потешко остварливо. Европската Унија се стреми кон зацврстување на заедништвото и преку градење на “европски идентитет”, оваа формација е во рана фаза. За да ја согледаме реализацијата на овој концепт до сега, клучни се согледувањата на експертите кои работат во оваа област, преку нивните ставови можеме да одредиме колку успешно се спроведува досега направеното во насока на “европското граѓанско општество”. Од друга страна во рамките на земјите –членки на унијата постојат десет меѓуетнички конфликти со различен интензитет. Овие конфликти ја покажуваат неопходната потреба од пронаоѓање на мерки од страна на Европската Унија за надминување на истите и создавање на Европски идентитет кој ќе ја зацврсти идејата за поцврста политичка унија.

Овој труд опфаќа согледување на превентивната дипломатија која ја практикува Европската Унија за меѓуетничките конфликти во нејзини рамки. Поединечно степенување на меѓуетничките конфликти кои постојат во Естонија и Латвија со руското национално малцинство, во Шпанија со каталонското национално малцинство, во Хрватска со српското национално малцинство, во Романија и Словачка со унгарското малцинство, во Шпанија со баскијците кои се етнонационалисти, во Кипар со Северен Кипар и турските етнонационалисти, и корзиканците во Франција кои спаѓаат исто така во групата на етнонационалисти,

опфатен е и случајот на Белгија помеѓу Фламанците и Валонците. Концептот на Европската Унија за градење на европски идентитет. Истажување, спроведено во 2016 година со 50 експерти, по пет од секоја од земјите во кои постои одреден меѓуетнички конфликт и заклучни согледувања кои се однесуваат на потребата од граѓански национализам наспроти етничкиот кој е застапен на европското тло долг период. Главната цел е да даде комплетна слика за состојбата на меѓуетничките конфликти поединечно, мерките за градење на концептот за европски идентитет и можноста за надминување на пречките кои постојат во поглед на градењето на мултикултурализам, наместо етноцентризам. Ова е клучно за Европската Унија да ја зацврсти својата положба во актуелниот мултиполарниот свет.

ВОВЕД

Во раните 90 ти по падот на Берлинскиот ѕид, пререструктурирањето на федерациите во независни држави, промената на меѓународниот политички систем, како реална потреба во меѓународната политика се наметнува превенцијата на конфликтите, односно “превентивна дипломатија”²⁶³. Превентивната дипломатија е трајна идеја на Обединетите нации која е во постојан развој од самиот почеток на идејата пред половина век. Нејзината цел е да ја превенира ескалацијата на спорот помеѓу две страни, да ги превенира постоечките спорови и да превенира ширење на веќе постоечкиот спор²⁶⁴. Од 1992 година Обединетите нации овој термин го заживува во “Агендата за мир” преку овој чекор се дава и значењето и вниманието кое превентивната дипломатија го заслужува во рамките на меѓународната политика. Организацијата за економска соработка и развој (OECD), OBSE, G-8 публикуваа многу трудови во насока на превенција на конфликтите.

Европската Унија е нов актер во оваа насока, во средината на деведесеттите започнува да го следи глобалниот тренд на меѓународните организации реформирајќи ја сопствената структура и капацитети во насока на превенција и менаџмент на конфликтите. Во насока на превентивната политика треба да разликуваме два вида на превенција. Првиот е на долг рок или структурна превенција и краткорочна или операционална превенција уште позната како кризен менаџмент. Овие две категории ги вклучуваат сите мерки и политики кои што имаат за цел да ги елиминираат длабоките корени на конфликтот како што се сиромаштија, економска нееднаквост, дискриминација, политичка репресија или неефикасни институции и притоа изнаоѓаат решенија кои се одржливи²⁶⁵.

Почитување на правото за припадност на определено “малцинство” е едно од основните вредности во Европската Унија. Ова право експлицитно е содржано во Член 2 од Договорот на Европската Унија²⁶⁶ каде што се нагласува дека “Унијата е основана врз принципот на почитување на човековиот дигнитет, слобода, демократија, еднаквост, владеење на правото и човековите права, вклучување и на правото за припадност кон определена малцинска заедница. Овие вредности се заеднички со земјите членки во општества во кои плурализмот, недискриминацијата, толеранцијата, правдата, солидарноста и еднаквоста помеѓу мажот и жената ќе надвлдаат”. Дополнително европските легислативи и програми допринесуваат со борба против дискриминација која го вклучува и правото на припадност кон малцинска заедница. Во член 21²⁶⁷ од Повелбата за основните права во Европската Унија се забранува дискриминацијата и врз основа на етничка припадност.

²⁶³ Preventive Diplomacy: Delivering results,

<http://www.un.org/wcm/webdav/site/undpa/shared/undpa/pdf/SG%20Report%20on%20Preventive%20Diplomacy.pdf> 18.08.2015 година.

²⁶⁴ “An Agenda for Peace: Preventive diplomacy, peacemaking and peace-keeping” (A/47/277 - S/24111), 17 June 1992

²⁶⁵ U Schneckener, “*Developing and Applying EU Crisis Management: Test Case Macedonia*”, 2002, ECMI

²⁶⁶ Член 2 од Договорот на Европска Унија, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:115:0013:0045:en:PDF>, 01.09.2015 година.

²⁶⁷ Повелба за основните права на Европската Унија, http://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_en.pdf, 02.09.2015 година.

Европската Комисија нема директна моќ во однос на третирањето на малцинствата во земјите членки, посебно нема мешање во прашањата кои се однесуваат на признавање на статусот на малцинство, самоопределувањето и автономијата како и врз употребата на регионални и малцински јазици, сите земји членки имаат поединечна моќ и политики со кои ги регулираат правата на малцинствата во нивни рамки. Земјите членки се обврзани да ги почитуваат основните фундаментални права преку нивно уставно и институционално гарантирање, ова е директно поврзано со “малцинските” права бидејќи основно човеково право е правото на самоопределување и правото на религија.

Европската Унија природно и неминовно ја сочинуваат различни нации и етнички групи. Односот кон малцинствата е во секоја држава-членка засебен. Постојат држави во рамките на унијата како што е примерот со Грција и Франција кои не признаваат малцинства во рамките на сопствените држави. Самата дефиниција за етнички малцинства е проблематична на меѓународно ниво, сеуште немаме унифицирана, прифатена дефиниција за етнички малцинства, земајќи го во предвид фактот дека не постои етнички “чиста” држава ова е едно од сензитивните прашања за секоја држава поединечно.

Во Европската унија во последната деценија јасно се гледа на разграничувањето помеѓу “две” Европи: “западна” каде што имаме поизразен индивидуализам и појака свест за Европа и “источна” која заостанува во поглед на градењето на нации и развиен демократски поредок која е во фаза на предмодерен процес.²⁶⁸ По појавата на Европската Унија дел од теоретичарите сметаат дека со пренесувањата на определени права на наднационална организација европските држави преминуваат во ерата на постнационализмот, со тоа што стануваат меѓузависни на политички, економски, социјален план и национализмот веќе не претставува најзначајна политичка вредност.²⁶⁹ Понатаму следат теоретски размислувања за тоа дека процесот на глобализација ќе допринесе за надминување на национализмот со тоа што детериторијализацијата на општествениот простор треба да доведе до денационализација на општествениот идентитет.²⁷⁰

Меѓутоа, национализмот сеуште преовладува како основа за политичкиот легитимитет, аксиома која значи дека само националната самоуправа претставува легитимен облик на владеење.²⁷¹ Заеднички предизвик е да ги согледаме мерките за надминување на етноцентризмот и промена на концептот на етнички национализам во граѓански.

МЕЃУЕТНИЧКИ СПОРОВИ И КОНФЛИКТИ ВО ЕВРОПСКАТА УНИЈА

Во рамките на Европската Унија денес имаме десет спорови и конфликти кои се од етнички карактер, тоа се сеуште нерешени и отворени прашања како што е прашањето на Каталонија, Баскија, унгарците во Словачка и Романија, русите во Естонија и Латвија, Корзиканците во Франција, прашањето помеѓу турците и грците во Северен Кипар, односот помеѓу Фламандците и Валонците во “центарот” на Европската Унија, Белгија, прашањето на српското малцинство во Источна Славонија, Хрватска²⁷².

Националистичките движења се од различен карактер: јазичен и културен национализам чија цел е ограничено ширење на автономните права како што е Велшкиот, Бретонскиот, Галицискиот и Каталонскиот; јасно исформулиран национализам кој прокламира потполна независност како што е Фламандскиот, Валонскиот и Шкотскиот; како и национализам кој вклучува и насилство како што е Баскијскиот и Корзиканскиот пример. Која и да е природата на национализмот јасно се покажува фактот дека во Европската Унија постојат колективитети кои не се задоволни со решението за нивниот национален идентитет и настојуваат да се борат за поголема самостојност во креирањето на јавните политики на нивните територии.

²⁶⁸ Mattei Dogan, “The Decline of Nationalisms within Western Europe”, *Comparative Politics*, Vol. 26, No. 3, April 1994, pp. 285, 294–6.

²⁶⁹ *ibid.*, pp. 281–305

²⁷⁰ Jan Aart Scholte, *Globalization: A Critical Introduction*, Second Edition, Palgrave Macmillan, Basingstoke, 2005, pp. 224–55

²⁷¹271 Craig Calhoun, “Nationalism and Ethnicity”, *Annual Review of Sociology*, Vol. 19, 1993, p. 212.

²⁷² Conflict Barometer 2014”, Heidelberg Institute for International Conflict Research, http://www.hiik.de/de/konfliktbarometer/pdf/ConflictBarometer_2014.pdf, 15.09.2015 година.

Конфликтите кои се однесуваат на автономија се карактеризираат со низок интензитет, од оние конфликти кои се однесуваат за сецесија, додека два од нив се во Европската Унија тоа се во Франција (Националниот ослободувачки фронт на Корзика), исто така 2012 година се случиле најголемите демонстрации во Европа за сецесија на Каталонија со 1.5 милиони демонстранти во главниот град на Каталонија- Барселона.²⁷³ Како што изјавува Бутрос Бутрос Гали во 1992 година “Ако секоја етничка, религиозна или јазична група се стреми за државотворност, можноста за да се постигне фрагментација, мир, безбедност, економски развој ќе биде неизводлива”²⁷⁴ Иако некои автори сметаат дека политичката дејност на етничките и малцинските јазици е со “помало влијание”²⁷⁵, сепак во западноевропските држави не дојде до асимилација на определени малцинства во социјалните и културните процеси, се смета дека тоа е како резултат на технолошкиот развој и формирањето на наднационални интеграциони структури. Во политичките теории постои значајна дебата за легитимноста на степенот на признавање, афирмација и институционализација на етничките, културните и јазичните права во демократските мултинационални земји. Некои теоретичари сметаат дека признавањето на овие идентитети е прашање на демократска правда.²⁷⁶ А други пак дека европската интеграција е најдобар начин за етничките групи да ги остварат своите национални амбиции.²⁷⁷

Различните групи се делат на “национални малцинства”; “етнонационалисти”; “етнокласи”. Под поимот **национално малцинство** се подразбира: елементи на трансдржавни народи со историја на организирана политичка автономија чишто сродни елементи имаат контрола над некоја соседна држава, но кои сега претставуваат малцинство во државата во која живеат. Такви во Европската Унија се русите во Естонија, русите во Латвија, унгарците во Романија, каталонците во Шпанија, србите во Источна Славонија, Хрватска, унгарците во Словачка.

Етнонационалисти: Тоа се регионално концентрирани народи со историја на организирана политичка автономија во нивната држава, владетел по традиција или регионална влада, кои, поддржувале политички движења за автономија во разни периоди уште од 1945-та година. Во Европската Унија тоа се баскијците во Шпанија, корзиканците во Франција, кипарските турци во Северен Кипар.

Етнокласи: Тоа се етнички или културолошки посебни народи, најчесто потомци на робови или имигранти, кои, во најголем дел, сочинуваат посебен општествен или економски слој или гранка. Во рамките на Европската Унија ромите спаѓаат во оваа категорија и турците во Германија.

Опфатени се сите конфликти, поединечно, според степенот на “конфликтност” и дали станува збор за барања за автономија или сецесија. Не ги земаме во предвид конфликтите во Северна Ирска и Шкотска кои исто така беа во склоп на Европската Унија пред Брежит. Според конфликт барометарот²⁷⁸, каде што под поимот конфликт се подразбира “конфликт на интереси во однос на национални вредности помеѓу две страни (организирани групи, групи на држави, организации, држави) кои се насочени кон остварување на нивните интереси и победа над другата страна”.

Конфликтот во Франција со Корзиканците кој што е започнат во 1975 година, а се однесува на барање за сецесија, од 2003 година до денес се карактеризира со интензитет “3” што значи криза во тензиозна ситуација во која едната страна употребила насилна сила во поедини инциденти, овој конфликт влегува во категоријата насилна криза.²⁷⁹

²⁷³ “Conflict Barometer 2012”, Heidelberg Institute for International Conflict Research, No.21

²⁷⁴ “The Self-determination of peoples- community, nation and state in an independent world”, edited by Wolfgang Danspecgruber, Lynne Rienner Publishers, 2002

²⁷⁵ “Nation Building”, K.Deutsch and W. Foltz (ed), New York, 1996

²⁷⁶ Amy Gutmann, “Identity in Democracy”, 2003, Princeton

²⁷⁷ Z. Csergo & J. M. Goldgeier, Virtual Nationalism : Foreign Policy 125, 2001

²⁷⁸ http://www.hiik.de/en/konfliktbarometer/pdf/ConflictBarometer_2003.pdf

²⁷⁹ Ниво на интензитет: 1- низок интензитет, ненасилен конфликт, претставува спор, 2- ненасилен конфликт, низок интензитет, претставува ненасилен криза, 3- среден интензитет, насилен конфликт, претставува насилна криза, 4-висок интензитет, насилен конфликт, претставува ограничена војна, 5- висок интензитет, насилен конфликт, претставува војна.

Конфликтот во Латвија, кој се однесува на автономија на руското малцинство, започнат во 1991 година, од 2003 до 2008 се карактеризира со интензитет “2” што значи дека станува збор за “Манифест конфликт” или видлив конфликт во кој не се употребуваат насилни сили, но имаме употреба на други мерки кои вклучуваат вербален притисок, брутално јавно третирање или пак определени мерки на економски санкции. Од 2009 до денес имаме намалување на интензитетот на овој спор (конфликт) на “1” што значи дека станува збор за “Латентен конфликт” кој во основа е со низок интензитет.

Конфликтот во Естонија, започнат 1991 година, кој исто така се однесува на автономија на руското малцинство, за периодот од 2003-2006 година нема податоци, од 2007 година, податокот покажува конфликт со среден интензитет “3”, од 2009 и 2010 година имаме намалување на интензитетот на “2”, од 2011 до денес имаме уште едно намалување на овој конфликт, и денес интензитетот е “1”.

Конфликтот кој се однесува на сецесија на провинцијата Баскија во Шпанија започнат во 1959 година, од 2003 до 2010 година се карактеризира со среден интензитет “3”, значи насилна криза, од 2011 до денес е со интензитет “2”, односно ненасилна криза.

Конфликтот кој се однесува на сецесија на Каталонија од Шпанија, започнат во 1979 година, од 2003-2006 нема податоци, од 2007 до денес е непроменет се оценува со низок интензитет “1”, овој случај се карактеризира како спор.

Конфликтот кој е помеѓу Република Кипар и Северен Кипар, започнат во 1963 година, а се однесува на сецесија, е со интензитет “2”, односно, ненасилна криза.

Конфликтот во Република Хрватска, источна Славонија, со хрватските срби започнат во 1992, кој се однесува на автономија на таа област, Конфликтот барометарот нема податоци од 2003-2005 година, од 2006 до 2009 година се карактеризира со интензитет “2”, што значи ненасилна криза, од 2010 до денес имаме намалување на интензитетот на “1” што значи дека овој случај во моментот е со низок интензитет, односно станува збор за спор.

Конфликтот помеѓу Валонците и Флананците во Белгија, се однесува на барање на автономија од страна на Флананците, е карактеризиран како нов конфликт во 2007 година, од 2007-2009 година е со интензитет “2”, од 2010 до денес се забележува намалување на интензитетот на “1”, односно од ненасилен конфликт преминува во спор.

Конфликтот во Романија, во регионот Трансилванија со унгарското малцинство, започнат во 1989 година, од 2003 до 2005 се карактеризира со низок интензитет “1”, во 2006 има промена на интензитетот во негативна насока, односно “2”, од спор станува ненасилен конфликт, но во 2007 до денес повторно е со низок интензитет “1”.

Конфликтот во Словачка со унгарското малцинство кој започнал 1998 година, од 2003 -2005 година е со низок интензитет т.е. претставува спор, од 2006 до 2009 година е со повисок интензитет “2”, во овој период преминува во ненасилна криза. Од 2009 година до денес повторно го намалува интензитетот во спор. Сите овие актуелни горенаведени спорови се како резултат на обемната и тешка историја на континентот Европа, испреплетени истории, голема приврзаност кон концептот држава- нација и кон национализмот во негативна конотација. Терминот “етничко малцинство” и денес во меѓународни рамки претставува тешкотија во самата основа и при негово дефинирање. Она што Европската Унија треба да го постигне преку Европеизација и заеднички Европски идентитет треба да е врз база на зачувување на националниот идентитет и надградба на истиот со “европскиот” за да се зачува и зацврсти како глобален субјект на меѓународната сцена. Сите овие наведени конфликти со различен интензитет го загрозуваат внатрешното ткиво на Европската Унија кој има уште поголеми надворешни закани, како што се миграционите движења, затоа едно од решенијата е градење на заеднички идентитет и зајакнување на заедничката надворешна и безбедносна политика.

КОНЦЕПТОТ НА ЕВРОПСКАТА УНИЈА ЗА “ЕВРОПСКИ ИДЕНТИТЕТ”

Европската Унија од првичната форма на економска унија се повеќе се стреми да прерасне и во политичка унија. Оваа креација е како свесност и емпатија за да не се повторат негативните настани кои го обележаа XX век, за таа цел унијата се стреми да достигне заедничко “Европско” чувство на припадност кај различните нации и етницитети кои ја сочинуваат. Во контекстот на Европската унија како политичка унија спаѓа и “Европскиот идентитет” и јавните политики кои ги спроведува Европската комисија за изградување

и зацврстување на овој идентитет. Самата валидност на овој концепт е доведена во прашање.²⁸⁰ Тоа се јавува како последица на историскиот багаж на Европа, креацијата на држава-нација токму на нејзино тло, конфликтите кои се воделе помеѓу империите, подоцна и државите, и самата комплексност на терминот идентитет и променувањето на матрицата која владее со векови на европско тло.

Личниот идентитет, со проширувањето на унијата, личниот европски идентитет доколку се поседува како таков содржи и лична и колективна компонента. Личноста се ориентира себе си кон една или повеќе групи (реални или замислени) низ процесот на идентификација. Во смисла на географската целина, идентитетската припадност може да се однесува на локално, регионално, национално, европско и глобално. Настрана од политичките, административните и економските елити, многу малку луѓе ја имаат “Европа” како примарна позиција за идентификација.²⁸¹ Најзначајните колективи за лична идентификација се географски во целина, но истите се поврзани со различни типови на идентификација, пол, род, етничка или јазична група, социјална класа, припадност кон определена организација или политичка партија и сл. Процесот на “Европеизација” во насока на еден вид идентитет е замислен преку остварување на заедничка “Европска матрица” која се однесува на вредности, права, одговорности, социјални економски предности кои ги имаат граѓаните на Европската Унија.

Концептот на Европскиот идентитет се спроведува преку²⁸²:

- **Европеизација** која генерално се однесува на националните институции и активностите кои се спроведуваат на национално ниво во рамките на Европската Унија.
- **Транснационализам** се однесува на формата на живеење надвор од националните граници кој станува се позастапен со развојот на технологија и комуникација, достапноста на ефтини летови до различни и подалечни европски дестинации, релаксирање на граничните контроли, Шенген зоната и проширувањето на границата на Европска Унија кон централна и источна Европа.
- **Космополитизам**, концепт кој се базира на почитување на различните култури, а Европа да биде космополитска врз база на традиционалните европски вредности, еднаквост и толеранција, кои се поддржани од страна на Европските институции, запознавање на различните национални и етнички структури кои што живеат во Европската Унија, контакти по разни основи помеѓу истите, како и во целина Европскиот континент денес инкорпорира многу различни карактеристики кои се од секој дел од светот.

Димензиите за искажување на Европскиот идентитет²⁸³, а произлегуваат од проектот “Рамковна програма” од Европската комисија, се следните:

- Повеќе социјални идентитети и биолошки идентитет;
- Транснационални интимни врски;
- Колективна акција;
- Стандардизации и регулација;
- Интеркултурни преводи;
- Инклузија/ексклузија
- Структурални услови и структурни можности;
- Јавна сфера и државно-регулирани институции.

Целиот овој концепт сеуште е во рана фаза на развој, како голем предизвик на истиот се меѓуетничките конфликти и негативниот национализам кој тлее во земјите членки на Европската Унија.

ИСТРАЖУВАЊЕ

Истражувањето е спроведено со 50 испитаници, по 5 од горенаведените земји во кои постои различен степен на конфликт, сите со докторски или постдокторски истражувања во оваа област, има за цел да покаже кое е

²⁸⁰ R. Brubaker and F. Cooper (2000). ‘Beyond “Identity”.’ Theory and Society стр.1-47

²⁸¹ https://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/policy_reviews/development-of-european-identity-identities_en.pdf, 22.09.2015

²⁸² https://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/policy_reviews/development-of-european-identity-identities_en.pdf, 22. 09.2015

²⁸³ Ibid.

мислењето на експертите кои треба да градат определена слика во европското општество за клучните прашања во однос на Европско граѓанство.

Мислењето на експертите во оваа област е клучно за понатамошниот развој на Европскиот идентитет, како што е нагласено на почетокот овој идентитет е “спорен” кај широките маси во однос на “убеденоста” во поглед на неговото постоење. Затоа е клучен ставот на експертите кои создаваат дела, истражувања и искажуваат мислења кои директно влијаат врз јавното мислење и ја отвараат и развиваат дебатата за европскиот идентитет и заедничката иднина на Европа. Позитивно е она што може да се види во одговорите кои јасно покажуваат дека консултираните експерти имаат веќе изграден став и гледаат реална перспектива во развој и постоењето на Европскиот идентитет. Најголем дел од нив гледаат реална можност и подлога на европското тло за изградба и зацврстување на европскиот идентитет, кој како таков значи и зацврстување на политичката унија во склоп на Европската Унија.

Во однос главниот столб врз кој треба да се гради Европскиот идентитет, експертите во најголема мера сметаат дека како главен столб треба да биде културата, односно развој на мултикултурата која подразбира познавање и признавање на сите култури во рамките на унијата и создавање на заеднички симболи и знаци со кои можат и се идентификуваат граѓаните на Унијата, потоа социо-економските услови, па политиката и економијата. Она што се потврдува како значајно од ова прашање е тоа дека Европската Унија треба да се насочи кон зачувување и признавање на различните култури, притоа без фаворизирање или дискриминација помеѓу нив, бидејќи на тој начин се загрозува довербата во самата унија и можноста за зацврстување на заедништвото преку истата.

Меѓуетничките конфликти кои според интензитет кои се наведени во горниот дел од трудот се голем предизвик за Европската Унија во поглед на превентивната дипломатија и засилување на мерките и политиките кои треба да ги превземе самата унија, а и земјите поединечно, за со цел да не дојде да некој од гореспомнатите конфликти да премине во конфликт со висок интензитет, односно војна. Она што е значајно во одговорите на експертите е директно упатена критика кон Европската Унија за нејзината улога во меѓуетничките спорови. Најголем процент од консултираните експерти сметаат дека Европската Унија има незначителен придонес или воопшто не придонесува за подобрување на меѓуетничкиот соживот во земјите во кои што постои различен интензитет на меѓуетнички спор.

Консултираните експерти за прашањето во однос на нивното лично чувство за припадност кон определен идентитет – национален или “европски” во најголем број истакнуваат дека имаат чувство на припадност кон двата идентитети.

ЗАКЛУЧЕН ОСВРТ

Мислењето на експертите е клучно за развојот и иднината на научните трудови врз чија основа понатаму би се одвивале научните дебати на оваа тема и при тоа креирањето на јавно мислење во насока на национализам или мултикултурализам. Консултираните експерти од Европската Унија сметаат дека постои реална можност за создавање на европски идентитет кој би се базирал во најголема основа врз културата, што значи градење на заеднички европски културни рамки, социо-економски услови треба да се секундарниот приоритет на европскиот граѓанин, потоа политиката и како последен столб врз кој би се основал европскиот идентитет е економијата, ова ни укажува на директна критика врз Европската Унија за зацврстување и воспоставување на заедничка политичка унија, токму она што денес претставува најголем предизвик за земјите членки на унијата.

Во поглед на улогата на Европската Унија во подобрување на меѓуетничкиот соживот во земјите каде што имаме меѓуетнички спорови, мислењето на експертите во најголем дел е показател за слабото позитивно влијание на унијата во овој контекст. За таа цел Европската Унија се соочува со потребата од градење на појака институционална структура која ќе биде насочена кон поголемо влијание на унијата во градење на мултикултурен концепт. Денес Европската Унија се соочува со миграциони движења кои целосно ја променуваат демографската карта, за таа цел една од најважните политики треба да се однесува на сплотувањето на политичка основа кој ќе придонесе надминување на меѓуетничките конфликти и креирање на европски идентитет.

Вкупно истражувањето укажува на потребата од градење на цврста политичка унија помеѓу земјите членки и потреба да честата употреба на поимите “мнозинство”, “малцинство” во медиумската, научната сфера кај нас допринесуваат да едните се сметаат за заслужна привилегирана група, додека пак другите за

дискриминирана група во општеството. Самиот факт дека денес не постои моноетничка држава не води кон нова матрица на размислување и во крајна линија промена на дефинициите кои поттикнуваат конфликтност. Чувството на најголемата етничка заедница како државотворен народ, а останатите заедници кои од секогаш живеат во истата земја како “останатите” како последица го разорува основното ткиво на граѓанскиот мултикултурен концепт. Веќе новите рамки на идеи треба да се движат во насока на надминување на државата-нација како најстабилна форма на обединување на народот.

Она што е потребно за поцврста политичка и наднационална унија е градење на Европската Унија врз концептот на граѓански национализам кој значи мултикултурализам кој во основа ќе се однесува на меѓусебното вклучување на граѓаните припадници на различни култури во внатрешноста на едно општество или држава и истиот се однесува на елиминација на моќта и доминација на едните над другите. Мултикултурализам кој тежнее кон укинување или барем слабеење на механизмот на исклучување, односно зголемување на можноста за вклучување. И притоа политички елити кои веруваат во концептот на мултикултурализам, а не за жал негативни примери како што беа Британскиот премиер Дејвид Камерон, германската канцеларка Ангела Меркел и поранешниот француски претседател Никола Саркози кои истакнаа дека мултикултураллизмот е мртов.

БИБЛИОГРАФИЈА

- [1] Alonso, S., Ruiz-Rufino, R. (2007) Political Representation and Ethnic Conflict in New Democracies. *European Journal of Political Research*, 46 (2), pp.237-267.
- [2] Bochler, Daniel. 2010. "The Nationalisation of Post-Communist Party Systems." *Europe-Asia Studies* 62 (5):807-27.
- [3] Brubaker, R. (1996) *Nationalism Reframed: Nationhood and the National Question in the New Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- [4] Brubaker, R., (2006). *Ethnicity without Groups*. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, and London, England
- [5] Conflict Barometer Data. (1992-2013) Heidelberg Institute for International Conflict Research e. V. at the Department of Political Science, University of Heidelberg Campus Bergheim. At: www.hiik.de
- [6] K.Deutsch and W. Foltz , (1996), “Nation Building”, New York
- [7] Amy Gutmann, (2003),“Identity in Democracy”, Princeton
- [8] Z. Csergo & J. M. Goldgeier, (2001), *Virtual Nationalism : Foreign Policy* 125
- [9] Caramani, Daniele. 2004. *The Nationalization of Politics: The Formation of National Electorates and Party Systems in Western Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- [10] Chandra, K. (2012)(Ed.) *Constructivist Theories of Ethnic Politics*. Oxford University Press. Oxford and New York.
- [11] Gadjanova, E. (2012) What is an Ethnic Appeal? Policies as Metonymies for Ethnicity in the Political Rhetoric of Group Identity *Ethnopolitics*, 12:3, pp. 307-330.
- [12] Gellner, E. (1983) *Nations and Nationalism*. Cornell University Press, Ithaca and New York.
- [13] Horowitz D.L. (2000) *Ethnic Groups in Conflict*. 2nd ed. University of California, Berkeley and Los Angeles.
- [14] Lijphart, A. 1995. Self-determination versus pre-determination of ethnic minorities in power-sharing systems. In *will kimlicka the rights of minority cultures* ohford university press
- [15] Milan Bufon , 8 November 2006 ,“Between social and spatial convergence and divergence: an exploration into the political geography of European contact areas”, Springer Science + Business Media B.V

THE ASSETS CONSTITUTING THE COMMUNITY PROPERTY OF SPOUSES UNDER ALBANIAN LEGISLATION AND PROBLEMS OF JUDICIAL PRACTICE

Albana Metaj-Stojanova

Faculty of Law, South East European University, Tetovo, Macedonia, a.metaj@seeu.edu.mk

Abstract: For the first time since the Civil Code of 1929, the Family Code of 2003 recognized the spouses the right to enter into a marriage contract. Thereupon, only in the absence of a contract between spouses for the implementation of another property regime, the legal community regime provided by the provisions of the Family Code will apply. The regime of the legal community implies common property assets, where spouses are inseparable owners, a fact that dictates their inability to freely and independently dispose of the parts belonging to this community. In the absence of a marriage contract, the community property is established automatically with the celebration of marriage. The legal community regime, through equal participation of spouses at 50% on the assets acquired during the marriage, aims at implementing a complete community of life in the property plan as well. The spouse's legal union represents a *sui generis* form of co-ownership, which is subject to a special legal regime and has a special status because it results from the marriage bond. If they are under the community property regime, the spouses, when married, become co-owners of items acquired by one or the other, through different ways of acquiring ownership, provided by the Civil Code. On items earned by each spouse or both together during marriage, they have a right of indivisible property, which gives them the common opportunity to exercise the right of possession, use and disposition of these items. The community property regime establishes the equality of property between the spouses through the realization of the equal sharing of the common objects. Thereby, the lawmaker appreciates and recognizes the contribution made by the spouse who deals with raising and educating the children or maintaining and carrying out the household activity, thus not directly contributing to monetary assets in the common property. The law equates the financial contribution of a spouse to the non-financial contribution of the other spouse, usually the wife, who takes cares of the children and is unemployed. Unlike previous legislation, the current Family Code does not recognize spouses the opportunity to prove they have made a greater contribution and consequently the opportunity to benefit most from the division of common property. The legal community regime has no universal character and it is not mandatory, as spouses can choose another regime, such as the contractor regime. Also in the community property are not included items acquired by spouses before the marriage bond, as well as a category of items obtained during marriage, which preserve their personal character. The composition of the legal community is largely determined by Articles 74 and 77, but also by some other intermediate Articles of the Family Code. From the analysis of these provisions, it is clear that there are: assets immediately entering the community, or the so-called current community (Article 74 / a, 74 / ç); assets that enter into the community only if they remain unconsumed until its end, or the future or eventual community (article 74 / b, 74 / c, 75); wealth that is not part of the community, or community of spouses' personal belongings (Article 77).

Keywords: community property regime, current community, eventual community, personal property of spouses

PASURITË QË PËRBËJNË BASHKËSINË LIGJORE SIPAS LEGJISLACIONIT TË REPUBLIKËS SË SHQIPËRISË DHE PROBLEME TË PRAKTIKËS GJYQËSORE

Albana Metaj-Stojanova

Fakulteti Juridik, Universiteti i Evropës Juglindore, Tetovë, Maqedoni, a.metaj@seeu.edu.mk

Abstrakt: Për herë të parë që nga Kodi Civil i 1929, Kodi i Familjes i vitit 2003, u njeh bashkëshortëve të drejtën për të lidhur kontratë martesore. Për këtë arsye, vetëm në mungesë të një kontrate midis bashkëshortëve për zbatimin e një regjimi tjetër pasuror, do të zbatohet regjimi i bashkësisë ligjore i parashikuar nga dispozitat e Kodit të Familjes. Regjimi i bashkësisë ligjore nënkupton një masë të përbashkët pasurore, ku bashkëshortët janë pronarë të pandarë, fakt ky që dikton dhe pamundësinë e tyre për të disponuar lirisht dhe në mënyrë të pavarur me pjesët që u takojnë nga kjo bashkësi. Në mungesë të kontratës martesore, bashkësia ligjore krijohet automatikisht me celebrimin e martesës. Regjimi i bashkësisë ligjore, nëpërmjet pjesëmarrjes së barabartë të bashkëshortëve në masën 50% mbi pasuritë e fituara gjatë martesës, synon zbatimin e një bashkësie të plotë të jetës edhe në planin pasuror. Bashkësia

ligjore e bashkëshortëve përfaqëson një formë bashkëpronësie *sui generis*, e cila i nënshtrohet një regjimi juridik të posaçëm dhe ka një status special, për arsye se ajo rezulton nga lidhja e martesës. Nëse ndodhen nën regjimin e bashkësisë ligjore, bashkëshortët, gjatë martesës, nëpërmjet mënyrave të ndryshme të fitimit të pronësisë, të parashikuara nga Kodi Civil, bëhen bashkëpronarë të sendeve të fituara prej njërit apo tjetrit. Mbi sendet e fituara nga secili bashkëshort ose nga të dy së bashku gjatë martesës, ata kanë një të drejtë pronësie të pandarë, gjë që u jep mundësinë e përbashkët të ushtrimit të tagrave të posedimit, përdorimit dhe disponimit të këtyre sendeve. Regjimi i bashkësisë ligjore vendos barazi pasurore ndërmjet bashkëshortëve nëpërmjet realizimit të ndarjes së barabartë të sendeve të përbashkëta. Në këtë mënyrë ligjvënësi vlerëson dhe njeh dhe kontributin në natyrë që jep bashkëshorti, i cili merret me rritjen dhe edukimin e fëmijëve apo me mirëmbajtjen dhe kryerjen e veprimtarisë shtëpiake, pra nuk kontribuon drejtpërdrejt me mjete monetare në pasurinë e përbashkët. Ligji barazon kontributin financiar të njërit bashkëshort me kontributin jofinanciar të bashkëshortit tjetër, zakonisht gruaja, që kujdeset për fëmijët dhe nuk është në marrëdhënie pune. Në ndryshim nga legjislacioni paraardhës, KF aktual nuk u njeh bashkëshortëve mundësinë për të provuar se kanë dhënë një kontribut më të madh dhe rrjedhimisht mundësinë për të përfutur pjesë më të madhe nga pjesëtimi i pasurisë së përbashkët. Bashkësia ligjore nuk ka karakter universal. Regjimi i bashkësisë ligjore nuk është i detyrueshëm, pasi bashkëshortët mund të përzgjedhin një regjim tjetër, p.sh. atë kontraktues. Gjithashtu në bashkësi nuk përfshihen sendet e fituara nga bashkëshortët përpara lidhjes së martesës, si dhe një kategori sendesh të fituara gjatë martesës, të cilat e ruajnë karakterin e tyre vetjak. Përbërja e bashkësisë ligjore është përcaktuar kryesisht nga nenet 74 dhe 77, por dhe nga disa nene tjera të ndërmjetme të KF. Nga analiza e këtyre dispozitave, del qartë se ekzistojnë: pasuri të cilat hyjnë menjëherë në bashkësi, apo e ashtuquajtura bashkësia aktuale (neni 74/a, 74/ç); pasuri të cilat hyjnë në bashkësi vetëm nëse mbesin të pakonsumuara deri në mbarimin e saj, apo bashkësia e ardhshme apo eventuale (neni 74/b, 74/c, 75); pasuri që nuk bëjnë pjesë në bashkësi, apo bashkësia e sendeve vetjake të bashkëshortëve (neni 77).

Fjalë kyçe: bashkësi ligjore, bashkësi aktuale, bashkësi eventuale, pasuri vetjake e bashkëshortëve

1. HYRJE

E gjithë pasuria, e luajtshme dhe e paluajtshme, e fituar nga bashkëshortët, së bashku ose veç e veç, gjatë martesës, me përjashtim të pasurisë vetjake hyn menjëherë, sapo fitohet, në bashkësi dhe konsiderohet si pasuri e bashkësisë. Edhe pasuria e fituar vetëm nga njëri bashkëshort, qoftë edhe pa dijeninë e tjetrit, bën pjesë në bashkësi dhe bashkëshorti tjetër automatikisht konsiderohet pronar *ex lege*. Po ashtu, hyn menjëherë në bashkësi dhe veprimtaria tregtare e krijuar gjatë martesës.²⁸⁴ Pasuria që hyn menjëherë në bashkësi njihet ndryshe si bashkësi aktuale.

Me termin “pasuri e fituar” gjatë martesës kemi parasysh jo vetëm sendet e luajtshme e të paluajtshme, të fituara me titull pronësie apo një të drejtë tjetër reale, por edhe të drejtat e kreditit dhe paditë që mbrojnë këto të drejta, si dhe të mirat jo materiale. Pra, bashkëshortët gjatë martesës mund të fitojnë çdo send apo të drejtë që gjendet në qarkullimin juridiko-civil. Bashkëshorti fiton një pasuri gjatë martesës, nëse ai bëhet titullar i një të drejte reale ose krediti nëpërmjet kryerjes së veprimeve të ndryshme juridike ose në bazë të fakteve juridike. Regjimi juridik i këtyre të drejtave, pra, mënyra e fitimit, ushtrimit, mbrojtjes së tyre rregullohet nga KC.²⁸⁵

2.PASURI QË HYJNË MENJËHERË NË BASHKËSI – BASHKËSIA AKTUALE

Ligji përgjithësisht konsideron që çdo send i fituar gjatë martesës është pjesë e bashkësisë, megjithëse, ka dhe sende të fituara nga njëri bashkëshort gjatë martesës, që konsiderohen si pasuri e tij vetjake. Për të përcaktuar nëse është fituar apo jo ky send, duhet t’i referohemi dispozitave të së drejtës civile. Dy janë mënyrat kryesore të fitimit të pronësisë sipas KC: mënyra origjinale – tituj origjinalë janë fitimi me mirëbesim i sendeve të luajtshme, parashkrimi fitues, fitimi me bashkim e përzjerje, pushtimi, etj. – si dhe mënyra derivative apo e prejardhur – tituj të prejardhur janë kontrata, trashëgimia, etj. Për sa i përket të drejtave reale, sendi i fituar do të bëjë pjesë në bashkësi pavarësisht mënyrës së fitimit, me titull origjinal apo të prejardhur. Për sa i përket të drejtave të kreditit, ato fitohen nëpërmjet: kontratës; fakteve juridike të ligjshme, siç janë gjerimi i punëve të tjetrit, pagimi i pa detyruar dhe begatimi pa shkak²⁸⁶ si dhe nëpërmjet fakteve juridike të paligjshme siç është shkaktimi i dëmit apo dëmi jashtë kontraktues. Sa i

²⁸⁴ Neni 74/a, 74/ç i KF

²⁸⁵ Omari, S., *E Drejtë Familjare*, Tiranë, (2007); Mandro-Balili et al., *E Drejtë Familjare*, Shtëpia Botuese & Shtypshkronja Kristalina KH, Tiranë (2006)

²⁸⁶ Nenet 648-659 të KC

përket momentit të fitimit të sendeve të përbashkëta, ai duhet të jetë pas datës së lidhjes së martesës. Si datë e fitimit do të konsiderohet ajo datë kur njëri nga bashkëshortët do të bëhet titullar i së drejtës së pronësisë ose një të drejte reale tjetër.

Veprimtaria tregtare e krijuar gjatë martesës për herë të parë rregullohet nga KF aktual dhe është rezultat i hapjes së vendit ndaj ekonomisë së tregut dhe promovimit të iniciativës së lirë. Megjithatë, KF nuk përmban shpjegime lidhur me kuptimin, mënyrën e drejtimit e të administrimit të shoqërisë tregtare. Që veprimtaria tregtare të bëjë pjesë në bashkësi është e rëndësishme vetëm koha e krijimit të saj, që kuptohet, duhet të përkohet me një datë mbas lidhjes së martesës.

Elementi kohë (apo data e fitimit të pronësisë) është shumë i rëndësishëm për përcaktimin e përkatësisë së pasurive të fituara nga bashkëshortët. Kështu, nëse pasuria është fituar prej tyre së bashku ose veç e veç, mbas lidhjes së martesës, ajo bën pjesë në bashkësi që nga momenti i fitimit. Po ashtu, edhe veprimtaria tregtare e krijuar mbas lidhjes së martesës, hyn në bashkësi që nga momenti i krijimit. Këto pasuri konsideron të përbashkëta, pasi ligji prezumon se të dy bashkëshortët kanë kontribuar për fitimin e tyre, qoftë në mënyrë të drejtpërdrejtë, qoftë në mënyrë të tërthortë, nëpërmjet evitimit të shpenzimeve. Kontributi i bashkëshortëve për fitimin e pasurisë së përbashkët prezumohet nga ligji dhe nuk përbën kusht për klasifikimin e pasurisë si pjesë e bashkësisë apo si pasuri vetjake. Pra, elementi kohë është më i rëndësishmi për përcaktimin e pasurive të fituara. Pasuritë e fituara nga bashkëshortët përpara martesës klasifikohen si pasuri vetjake e tyre.

2.1 PASURIA E FITUAR NGA TË DY BASHKËSHORTËT, SË BASHKU OSE VEÇ E VEÇ, GJATË MARTESES

Pasuria e fituar nga bashkëshortët, gjatë martesës hyn në bashkësinë aktuale, pavarësisht nëse është fituar nga të dy së bashku ose individualisht. E rëndësishme është që fituesi i pasurisë të gëzojë cilësinë e bashkëshortit, pasuria të jetë fituar pas lidhjes së martesës dhe të mos klasifikohet si pasuri vetjake nga ligjvënësi. Bashkëshortët, të dy së bashku ose individualisht fitojnë pasuri nga burime të ndryshme ligjore gjatë martesës.

Në literaturën juridike theksohet se sendi do të bëjë pjesë në bashkësi nëse është fituar me burime të ligjshme.²⁸⁷

Kuptohet, që në rastet kur sendi është fituar në mënyrë të paligjshme, si p.sh, sendi është vjedhur, sendi është jashtë qarkullimit juridik apo është fituar në bazë të një kontrate shkaku i së cilës është i paligjshëm, do të zbatohen sanksionet civile. Megjithatë, edhe kur veprimi juridik me objekt kalimin e pronësisë është i pavlefshëm, bashkëshortët vazhdojnë të kenë posedimin mbi sendin, pra ekziston bashkësia faktike mbi të. Në këto raste, me rëndësi është fakti nëse bashkëshortët kanë qenë posedues me mirëbesim apo me keqbesim të sendit. Nëse ata kanë qenë me mirëbesim, atëherë u takojnë frutat natyrore dhe civile të sendit²⁸⁸, të cilat bëjnë pjesë në bashkësi. Në kuptim të nenit 151 të KC, frutat natyrore apo civile që fitohen gjatë martesës nga gëzimi i sendeve të përbashkëta janë gjithashtu send i përbashkët, pra pjesë e bashkësisë, përveç rastit kur bashkëshortët kanë rënë dakord që pronësia mbi to t'i kalojë të tjerëve. Nëse frutat civile të një sendi në bashkësi (p.sh. qiraja e një ndërtese të përbashkët) janë vjelë ekskluzivisht nga njëri prej bashkëshortëve dhe të ardhurat nuk janë përdorur në interes të bashkësisë, atëherë ai do të detyrohet t'i kompensojë bashkësisë të ardhurat që ka përdorur për interesin e tij vetjak.

Një mënyrë tjetër e fitimit të së drejtës së pronësisë apo të drejtave të tjera reale nga bashkëshortët është kontrata për tjetërsimin e pasurisë. Pronësia fitohet me anë të kontratës, pa qenë e nevojshme të bëhet dorëzimi i sendit.²⁸⁹ Pra, fitimi i pronësisë nëpërmjet kontratës bëhet nëpërmjet shfaqjes së vullnetit për kalimin e pronësisë, pa qenë e domosdoshme të bëhet dorëzimi i sendit. Në këtë sens, sendi do të konsiderohet i përbashkët, edhe nëse dorëzimi i tij bëhet mbas mbarimit të bashkësisë ligjore.

Në kontratat solemne kalimi i pronësisë në bashkësi do të bëhet vetëm pasi vullneti i palëve të jetë shprehur në formën e kërkuar nga ligji. Pra, nëse kontrata për kalimin e pronësisë së sendeve të paluajtshme nuk është bërë në formën e aktit notarial dhe regjistruar në Zyrën e Regjistrimit të Pasurive të Paluajtshme, pronësia mbi sendin nuk ka mundur t'i kalojë bashkësisë. Nuk ka rëndësi nëse në aktin e fitimit figuron emri i njërit bashkëshort, apo i të dyve, mjafton që fituesi i të drejtës të ketë lidhur martesë dhe sendi i kalon direkt bashkësisë. E njëjta vlen dhe për regjistrimin e sendit, ai mund të bëhet në emër të njërit bashkëshort ose të dyve, gjithsesi sendi është pjesë e bashkësisë. Në rastin kur njëri bashkëshort shet një pasuri personale dhe me të ardhurat blen një pasuri të re, ajo do të bëjë pjesë në bashkësi, pasi është blerë gjatë martesës.

²⁸⁷ Begeja, K., *E Drejta Familjare e RPS të Shqipërisë*, Shtypshkronja Mihal Duri, Tiranë, (1984)

²⁸⁸ Neni 297 i KC

²⁸⁹ Neni 164 i KC

Në rastin kur kontrata për fitimin e sendit është me kusht apo me afat, sendi nuk konsiderohet i fituar për sa kohë nuk është vërtetuar kushti apo plotësuar afati. Mirëpo, me vërtetimin e ngjarjes, sendi konsiderohet i fituar nga data e lidhjes së kontratës e jo nga data e vërtetimit të ngjarjes.

Në rastin e shitjes me rezervë të pronësisë, blerësi e fiton pronësinë mbi sendin, jo nga data e lidhjes së kontratës, por nga data kur ka paguar këstin e fundit të çmimit.²⁹⁰ Sipas prof. Bonilinit, në rastet kur fitimi i sendit nuk realizohet nga data e lidhjes së kontratës, por në një datë të mëvonshme, sendi do të përfshihet në bashkësi nëse data kur perfeksionohet e drejta vërtetohet se është gjatë martesës.²⁹¹ Pra, nëse sendi është blerë para martesës nga njëri bashkëshort, por kësti i fundit është paguar gjatë martesës, sendi do të konsiderohet pjesë e bashkësisë ligjore. Në të kundërt, nëse kontrata e shitjes lidhet gjatë martesës, por kësti i fundit i çmimit paguhet pas përfundimit të bashkësisë ligjore, sendi nuk do të konsiderohet i përbashkët.

Në rastin e blerjes së një sendi me kredi, ndryshe nga shitja me rezervë pronësie, kontrata e shitjes është një kontratë e zakonshme, sipas së cilës, pronësia kalon në momentin e lidhjes së kontratës dhe blerësi paguan shumën totale të çmimit. Por, kjo kontratë, shoqërohet nga një kontratë tjetër huamarrjeje, lidhur me një shoqëri bankare apo person fizik. Për të përcaktuar nëse sendi i blerë me kredi është ose jo pjesë e bashkësisë, me rëndësi është data e lidhjes së kontratës së shitjes. Nëse kontrata është lidhur gjatë martesës, sendi i blerë me kredi është i përbashkët, pavarësisht se cili ka marrë pjesë në lidhjen e përbashkët dhe pavarësisht nëse kredia i është dhënë vetëm njërit bashkëshort.

Bashkëshortët mund ta shtojnë bashkësinë edhe me pasuri të fituara gjatë martesës me anë të parashkrimit fitues. Nëse i referohemi neneve 74/a të KF dhe nenit 168 të KC, atëherë çdo pasuri e fituar nga bashkëshortët, gjatë martesës me anë të parashkrimit fitues hyn në bashkësi. Me rëndësi është data e fitimit. Kështu, parashkrimi fitues me titull (neni 168 i KC) është mënyrë për fitimin e sendeve të përbashkëta vetëm nëse veprimi juridik për kalimin e pronësisë (data e titullit), që përbën bazën e parashkrimit është lidhur gjatë martesës. Në të kundërt sendi do të konsiderohet si vetjak, nëse akti i parë i posedimit ka ndodhur përpara lidhjes së martesës, edhe pse afati i parashkrimit plotësohet gjatë martesës. Ndërsa, parashkrimi fitues pa titull (neni 169 i KC) është mënyrë për fitimin e sendeve në bashkësi, nëse data kur ka filluar të rrjedhë afati parashkrues është gjatë martesës, duke pasur parasysh gjithmonë faktin se parashkrimi fitues ka efekt retroaktiv.

Në teorinë juridike mbizotëron mendimi se bëjnë pjesë në bashkësi edhe pasuritë e fituara me parashkrim fitues vetëm nga njëri prej bashkëshortëve, në bazë të posedimit të pandërprerë të sendit. Kështu, sipas prof. Bonilinit, posedimi i sendit për një periudhë të caktuar kohe nga vetëm njëri bashkëshort, do ta bëjë atë pronar mbi sendin me anë të parashkrimit fitues dhe ky përfitim do të konsiderohet se ndodh në favor të dy bashkëshortëve. Ai vlerëson se pasuria e poseduar nga vetëm njëri prej bashkëshortëve duhet të konsiderohet e përbashkët, mjafton që afati ligjor i parashkrimit të përmbillet gjatë kohëzgjatjes së martesës.²⁹²

Mirëpo, posedimi i sendeve vetjake të njërit bashkëshort, nga ana e bashkëshortit tjetër, sado e gjatë të jetë periudha e posedimit, nuk mund të çojë në konkluzionin se këto janë sende të përbashkëta. Kjo, për arsye se ecja e afatit të parashkrimit fitues pezullohet ndërmjet bashkëshortëve.²⁹³ Ligji nuk mund të lejojë që njëri bashkëshort të fitojë me parashkrim fitues pasurinë e bashkëshortit tjetër.

Një problem i diskutueshëm është çështja e përkatësisë së ndërtimeve të realizuara gjatë martesës mbi truallin në pronësi ekskluzive të njërit bashkëshort me të ardhura që bëjnë pjesë në bashkësi ose me të ardhura të bashkëshortit jo pronar të truallit. Lidhur me këtë, mendimi juridik është kontradiktor. Ekzistojnë dy teza kryesore. Sipas së parës, ndërtimi i bërë mbi truallin e njërit bashkëshort përfshihet në bashkësinë ligjore ose më saktë, ndërtesa konsiderohet automatikisht pjesë e bashkësisë, ndërsa trualli mbetet në pronësi të bashkëshortit titullar, i cili fiton të drejtën për tu kompensuar me një shumë të caktuar për humbjen e vlerës së tokës. Teza e kundërt, bazohet në një nga mënyrat me titull origjinal të fitimit të pronësisë, që është bashkimi i një sendi të luajtshëm me një të paluajtshëm (nenet 173-175 të KC). Në këtë bashkim, epërsinë e ka pasuria e paluajtshme dhe çdo e mirë materiale që bashkohet me një send të paluajtshëm i shtohet atij, pra bëhet pronë e pronarit të paluajtshmërisë. Kështu, pronari i tokës do të bëhet dhe pronar i ndërtesës duke fituar me titull origjinal materialet e ndërtimit pronë e tjetrit, të cilat bashkohen me tokën.²⁹⁴

²⁹⁰ Neni 746 i KC

²⁹¹ Bonilini, G., *Manual i së Drejtës Familjare*, Tiranë, (2005)

²⁹² Bonilini, G., *Komentari i së Drejtës Familjare*, Tiranë, (2004)

²⁹³ Neni 129 & 171 i KC

²⁹⁴ Galgano, F., *E Drejta Private 1: Hyrje – Pronësia*, Shtëpia Botuese Luarasi, Tiranë, (2003)

Në këtë kontekst, neni 173 i KC parashikon se mbjelljet, ndërtesat dhe çdo gjë tjetër mbi apo nën sipërfaqen e tokës, i përkasin pronarit të saj. Ndërtimi i realizuar gjatë martesës do të jetë në pronësi ekskluzive të bashkëshortit pronar mbi truallin, ndërkohë që bashkëshortit jo pronar i njihet e drejta për tu kompensuar për shumën vetjake që ka dhënë për ndërtimin. Nëse shumat e shpenzuara për ndërtimin kanë qenë të të dy bashkëshortëve, atëherë do të kompensohet bashkësia.²⁹⁵

Përkatësia e shumave të parave të depozituara gjatë martesës, nga njëri bashkëshort apo të dy së bashku, në ndryshim nga legjislacioni paraardhës, i cili i konsideronte pjesë së bashkësisë, tashmë varet nga prejardhja e shumave të depozituara. Depozitat që i përkasin të dy bashkëshortëve, pra, shuma e të cilave është në bashkësi, do të hyjnë menjëherë në bashkësi, pavarësisht në emër të cilit bashkëshort janë vendosur. Nëse shuma e depozitës bankare të vënë gjatë martesës është pasuri vetjake e njërit bashkëshort, e jo pjesë e bashkësisë, atëherë dhe depozita është pasuri vetjake.

E diskutueshme është dhe përkatësia e sendeve apo shumave të fituara nga njëri bashkëshort nëpërmjet lojërave të fatit. Lidhur me këtë ekzistojnë opinione të ndryshme. Sipas disa autorëve këto fitime përfshihen automatikisht në bashkësi, sipas të tjerëve, ato do të jenë të përbashkëta vetëm nëse nuk janë konsumuar deri në mbarimin e bashkësisë. Sipas një tjetër opinioni, çështja zgjidhet në bazë të përkatësisë së shumave të parave që janë luajtur. Pra, shuma apo sendi i fituar do të jetë vetjake, nëse shuma me të cilën është luajtur i përkiste bashkëshortit fitues, ndërsa, kur shuma me të cilën është luajtur është marrë nga bashkësia, fitimi konsiderohet i përbashkët. Kjo zgjidhje duket më e saktë, megjithëse në praktikë do të hasen vështirësi në provimin e përkatësisë së shumës së luajtur.

Lidhur me të drejtën e autorit, çështjet më të diskutueshme kanë të bëjnë sidomos me të ardhurat e fituara nga shpërndarja dhe shfrytëzimi i veprës autoriale. E drejta e shpërndarjes së veprës dhe përcaktimi i kushteve për shfrytëzimin e saj mbeten të drejta vetjake të autorit, por nëse ai vendos ta shpërndajë veprën dhe nga kjo gjenerohen të ardhura, bashkësia duhet të përfitojë, nëse kjo pasuri krijohet gjatë kohëzgjatjes së martesës.²⁹⁶

2.2 VEPRIMTARIA TREGTARE E KRIJUAR GJATË MARTESËS

Veprimtaria tregtare e krijuar gjatë martesës hyn menjëherë në bashkësi (neni 74/ç KF). Sa i përket kësaj veprimtarie, dispozitat e KF duhet të lexohen të kombinuara me legjislacionin që rregullon shoqëritë tregtare e kryesisht me Ligjin nr. 9901 dt. 14.04.2008 “Për tregtarët dhe shoqëritë tregtare”, i cili parashikon mënyrën e krijimit, formën e një shoqërie tregtare dhe rregullat e administrimit të saj. KF konsideron pjesë të bashkësisë si veprimtarinë tregtare të krijuar gjatë martesës, ashtu dhe fitimet apo shtimin e prodhimit të një veprimtarie të krijuar para martesës. Pra, kriteri që merret për bazë është vetëm koha e krijimit të veprimtarisë dhe detaje të tjera si drejtimi i veprimtarisë nga njëri bashkëshort ose të dy së bashku nuk kanë rëndësi. Veprimtaria tregtare do të konsiderohet e përbashkët, pavarësisht nëse kapitali themelor i shoqërisë përbëhet nga të ardhurat e njërit bashkëshort apo të dyve së bashku. Megjithatë, kapitali themelor duhet të jetë fituar gjatë martesës nga bashkëshortët. Nëse vërtetohet se kapitali themelor përbëhet nga të ardhura të fituara para lidhjes së martesës, atëherë veprimtaria tregtare mund të konsiderohet si pasuri e fituar nga tjetërsimi i pasurisë vetjake (neni 77/dh KF), pra në këtë rast veprimtaria tregtare është pasuri vetjake e bashkëshortit që ka pasur në pronësi që para martesës, mjetet financiare të investuara në kapitalin themelor.²⁹⁷

Nga ana tjetër, blerja apo fitimi i pjesëve ose aksioneve të një shoqërie tregtare gjatë martesës nuk mund të njehsohet me krijimin e një veprimtarie tregtare. Përfshirja ose jo në bashkësi e pjesëmarrjes së njërit bashkëshort në një veprimtari tregtare të themeluar ndërkohë nga të tjerë, varet nga forma e shoqërisë tregtare.²⁹⁸ Kështu, pjesa e fituar nga bashkëshorti në një shoqëri personash, shoqëri kjo që bazohet në cilësitë personale të bashkëthemeluesve dhe parashikon angazhim personal të tyre në administrimin e shoqërisë, nuk mund të bëjë pjesë në bashkësinë ligjore, por do të jetë pasuri vetjake e bashkëshortit që e ka fituar. Nga ana tjetër, aksionet e fituara nga njëri bashkëshort në shoqëritë e kapitalit bëjnë pjesë automatikisht në bashkësinë ligjore, meqenëse cilësitë personale të aksionerit nuk janë të rëndësishme për zhvillimin e veprimtarisë tregtare.

²⁹⁵ Omari, S., *E Drejtë Familjare*, Tiranë, (2007); Mandro-Balili et al., *E Drejta Familjare*, Shtëpia Botuese & Shtypshkronja Kristalina KH, Tiranë (2006)

²⁹⁶ Mandro-Balili et al., *E Drejta Familjare*, Shtëpia Botuese & Shtypshkronja Kristalina KH, Tiranë (2006)

²⁹⁷ Omari, S., *E Drejtë Familjare*, Tiranë, (2007); Mandro-Balili et al., *E Drejta Familjare*, Shtëpia Botuese & Shtypshkronja Kristalina KH, Tiranë (2006)

²⁹⁸ Bonilini, G., *Manual i së Drejtës Familjare*, Tiranë, (2005)

Në një vendim të tij me objekt pjesëtimin gjyqësor të dy shoqërive tregtare mes ish bashkëshortëve, Kolegji Civil i Gjykatës së Lartë shtron çështjen e trajtimit të kapitalit të shoqërisë tregtare si send, gjë në të cilën bazohet dhe parashikimi ligjor i nenit 74/ç të KF për përfshirjen e veprimtarisë tregtare të krijuar gjatë martesës në bashkësi, e për rrjedhojë, pjesëtimin e saj njësoj si sendet e tjera të përbashkëta, në rastin e mbarimit të bashkësisë. Kolegji Civil i Gjykatës së Lartë për çështjen në fjalë, vendosi lënien në fuqi të Gjykatës së Apelit, Tiranë dhe lejimin e pjesëtimin të 2 shoqërive tregtare të krijuara gjatë martesës nga ish bashkëshortët sepse në bazë të nenit 74/ç të KF, ato konsiderohen si pjesë e bashkësisë dhe përbëjnë objekt pjesëtimi në rastin e mbarimit të saj. Por, është interesant dhe mendimi kundër i gjyqtarit Ardian Dvorani, i cili bazohet në idenë se shoqëria tregtare, në ndryshim nga sendet, është objekt dhe jo subjekt i së drejtës dhe për këtë arsye ajo nuk mund t'i nënshtrohet pjesëtimin gjyqësor midis bashkëshortëve. Disa nga argumentet që ai jep në favor të tezës së tij janë: së pari, shoqëria tregtare nuk është send, por është një marrëdhënie kontraktuese e natyrës së posaçme, në bazë të së cilës lind e themelohet një person juridik i ri; së dyti, shoqëria tregtare është person juridik, i cili themelohet nga persona fizikë e juridikë, por ka personalitetin e vet juridik në qarkullimin civil si dhe pasuritë e saj (ku përfshihen dhe kuotat e aksioneve). Pra, ortakët e një shoqërie tregtare nuk mund të pjesëtojnë gjyqësisht, sipas dispozitave klasike materiale e procedurale civile, kuotat e kapitalit themelor të saj, pasi ato kuota nuk janë në bashkëpronësi të tyre, por janë pronë e shoqërisë. Kuotat e aksioneve, pas derdhjes së kontributeve, nuk janë sende (që pjesëtohen), ato në thelb janë një e drejtë pasurore e atij që ka derdhur kontributet. Për më tepër, në bazë të legjislacionit tregtar, për arsye nga më të ndryshmet, përfshirë këtu dhe vullnetin e ortakëve, shoqëria mund të priset, shkrihet ose bashkohet në shoqëri të tjera ose të ndahet në dy a më shumë shoqëri të tjera, por ajo nuk mund të pjesëtohet në rrugë gjyqësore si sendet. Po ashtu, kuotat dhe aksionet që janë pronë e shoqërisë, nuk mund të pjesëtohen gjyqësisht jashtë regjimit normativ të së drejtës tregtare.²⁹⁹

Çështja e ligjshmërisë dhe kushtetueshmërisë së pjesëtimin të këtyre dy shoqërive tregtare, pa pasur si bazë ligjore Ligjin nr.9901, dt.14.04.2008, “Për shoqëritë tregtare” dhe cenimi i personalitetit të personit juridik, u shqyrtua më tej në shqyrtim paraprak dhe nga Gjykata Kushtetuese, me kërkesë të ish bashkëshortit. Gjykata Kushtetuese, lidhur me një nga pretendimet e kërkuarit çmon se gjykatat e juridiksionit të zakonshëm, e kanë argumentuar plotësisht se pse kanë marrë për bazë KC dhe KF në zgjidhjen e konfliktit. Arsyet janë: së pari, pasuria e cila i është nënshtuar pjesëtimin, konsiderohet pasuri e bashkësisë ligjore të çiftit; së dyti KF qëndron më lart në hierarkinë e ligjeve se “Ligji për tregtarët dhe shoqëritë tregtare”, si ligj i miratuar me shumicë të cilësuar; së treti, KF është ligji specifik, i cili rregullon në detaje se çfarë bëhet me pasurinë bashkëshortore pas zgjidhjes së martesës. Në lidhje me pretendimin se gjykimi i pjesëtimin ka cenuar lirinë e ushtrimit të veprimtarisë ekonomike, duke ndërhyrë në ndarjen e kuotave që tashmë ishin të ndara, gjykata çmon se lejimi i pjesëtimin të një pasurie, që përfshin si sende të paluajtshme, ashtu dhe të luajtshme (tituj pronësi – kuotat e shoqërisë), nuk presupozon se personi juridik në vetvete do të priset dhe nuk do të ekzistojë më. Në rastin konkret, kemi dy shoqëri me përgjegjësi të kufizuara, të cilat janë në pronësi të barabartë të dy palëve ndërgjyqëse dhe është propozuar nga njëra palë, që secili prej tyre të mbajë njërin shoqëri. Pjesëtimi gjyqësor nuk çon në prishje të shoqërive, si persona juridikë, pasi këta të fundit, do të kenë të njëjtat të drejta dhe detyrime si më parë, me ndryshimin se do të jenë me një ortak të vetëm. Në përfundim Kolegji vlerëson se kërkuari nuk i ka provuar pretendimet e tij dhe disa prej tyre nuk i ka ngritur në nivel kushtetues e për rrjedhojë çështja nuk duhet të kalojë për shqyrtim në seancë plenare.³⁰⁰

Problemet e lidhura me administrimin e shoqërisë tregtare dalin në pah në momentin që kërkohet pjesëtimi gjyqësor i pasurisë. Në një rast që vjen nga praktika gjyqësore e Kolegjit Civil të Gjykatës së Lartë, paditësja, në padinë e saj përveç pjesëtimin gjyqësor të pasurisë së bashkësisë ligjore, pavarësisht se në emër të kujt ajo figuron e regjistruar, ka kërkuar gjithashtu, anulimin si absolutisht të pavlefshëm të kontratës së shitjes së kuotave të shoqërisë tregtare të krijuar gjatë martesës, me ortak bashkëshortin e saj. I padituri ka transferuar me kundërshtpërbllim, pjesën prej 30% të kuotave që zotëronte në shoqëri, veprim juridik i kryer vetëm disa ditë para se të dorëzohej në gjykatë kërkesa për zgjidhje martesë. Si rrjedhojë, ish bashkëshorti nuk ka më pjesë në këtë shoqëri. Së bashku me anulimin e kontratës së shitjes, paditësja kërkon dhe njohjen e së drejtës së kuotave në shoqërinë tregtare në masën 15%. Gjykatat e faktit të Tiranës, në bazë të analizave të bëra, kanë konstatuar pavlefshmërinë e kontratës së shitjes dhe përfshirjen e kuotave në bashkësinë që do t'i nënshtrohet pjesëtimin. Kjo, për shkak se regjimi pasuror që kishin pasur këta persona gjatë martesës është ai i bashkësisë ligjore, ku prezumohet që të dy bashkëshortët kanë bashkëpronësinë e

²⁹⁹ Vendim Nr.340, dt.26.06.2012 i Kolegjit Civil të Gjykatës së Lartë

³⁰⁰ Vendim i Kolegjit të Gjykatës Kushtetuese të RSH, Nr.22, dt.08.02.2013

çdo pasurie të vënë gjatë martesës, pavarësisht se në emër të cilit është e regjistruar. Në këtë rast, ish bashkëshorti e ka ditur që edhe pse ishte ortak i vetëm i shoqërisë së krijuar gjatë martesës, në momentin e pjesëtimit, ish bashkëshortja do të përfitonte 50% të kuotave të tij në atë shoqëri. Kështu që, pak kohë përpara se të dorëzonte në gjykatë kërkesën për zgjidhje martesë, i ka kaluar me kontratë shitjeje vëllait të tij, kuotat në shoqëri. Ky veprim sipas gjykatave të faktit të Tiranës, është bërë me qëllim që të pakësonte pasurinë që do të përfitonte bashkëshortja pas mbarimit të bashkësisë ligjore.³⁰¹

Veprimtaria tregtare e krijuar para martesës nga njëri prej bashkëshortëve mbetet pasuri vetjake e këtij bashkëshorti edhe gjatë martesës. Nga ana tjetër, sipas nenit 74 të KF, fitimi dhe shtimi i prodhimit të një veprimtarie tregtare të krijuar para lidhjes së martesës do të konsiderohet pjesë e bashkësisë, por vetëm nëse vërtetohet se veprimtaria tregtare drejtohet nga të dy bashkëshortët, pra edhe nga bashkëshorti që nuk ka të drejtë pronësie mbi këtë veprimtari. Kuptimi dhe mënyra apo format e drejtimit të përbashkët mbeten të papërcaktuara e të paqarta. Në të kundërt, nëse vërtetohet se bashkëshorti jo pronar nuk ushtron një aktivitet drejtues në veprimtarinë tregtare të bashkëshortit tjetër, fitimi apo shtimi i prodhimit nuk do të jenë pjesë e bashkësisë aktuale. Në këtë rast, fitimi apo shtimi i prodhimit do të konsiderohen si fruta civile të pasurisë vetjake të bashkëshortit pronar dhe si të tilla, do të bëhen pjesë e bashkësisë ligjore vetëm nëse nuk janë konsumuar deri në mbarimin e bashkësisë (neni 74/c KF).

3. PASURI QË HYJNË NË BASHKËSI NË FUND, NËSE MBESIN – BASHKËSIA EVENTUALE

Neni 74 i KF, në gerat b) dhe c), dallon edhe pasuri, të cilat nuk hyjnë menjëherë në bashkësi, por që duhet të pjesëtohen mes bashkëshortëve, nëse ekzistojnë, pra nuk janë konsumuar deri në momentin e mbarimit të bashkësisë. Ato janë:

- 1. të ardhurat nga veprimtaria e veçantë e çdo bashkëshorti;
- 2. frytet e mbledhura të pasurisë vetjake të çdo bashkëshorti;
- 3. pasuria e krijuar gjatë martesës, e caktuar për administrimin e veprimtarisë tregtare.

Këto janë të mira që gjatë martesës përbëjnë pasuri vetjake të njërit prej bashkëshortëve, por janë të destinuar për ta humbur këtë karakter ekskluziviteti në momentin e mbarimit të bashkësisë. Pra, sendet e bashkësisë eventuale kanë një natyrë juridike dualiste. Për këtë arsye dhe regjimi i tyre juridik është i ndryshëm nga i sendeve në pronësi të menjëhershme. Sendet e bashkësisë eventuale nuk përfshihen në bashkësi që nga momenti i fitimit, por do të llogariten si pjesë e bashkësisë e do të pjesëtohen midis bashkëshortëve eventualisht, nëse në momentin e mbarimit të bashkësisë janë ende të pa konsumuara. Pra, vetëm nëse në përfundim të bashkësisë ligjore, qoftë për shkak të zgjidhjes së martesës, qoftë për shkak të ndryshimit të regjimit të bashkësisë me marrëveshje të bashkëshortëve, do të konstatohet se këto sende nuk janë konsumuar, por janë ruajtur në formën e kursimeve, vetëm atëherë ato do të konsiderohen si sende të përbashkëta e do të pjesëtohen në pjesë të barabarta midis bashkëshortëve. Në themel të kësaj zgjidhjeje ligjore qëndron prezumimi se edhe bashkëshorti tjetër ka kontribuar në ruajtjen e këtyre të ardhurave. Kuptohet që bashkëshorti tjetër do të përfitojë nga këto kursime vetëm nëse vërtetohet që ato kanë ekzistuar në momentin e mbarimit të bashkësisë, por ekziston mundësia që bashkëshorti që i ka fituar t'i fshehë këto të ardhura me qëllim që ato të mos pjesëtohen. Nga ana tjetër, nëse këto të ardhura nuk ekzistojnë për shkak se janë shpenzuar nga bashkëshorti titullar, bashkëshorti tjetër nuk mund të kërkojë kompensim të bashkësisë për neglizhim të mbledhjes apo shpërdorim nga ana e bashkëshortit titullar, sipas nenit 78 të KF.

Sa i përket mundësive praktike për përdorimin e të ardhurave që bëjnë pjesë në bashkësinë eventuale, ekzistojnë tre destinacione: këto të ardhura mund të konsumohen për nevoja personale ose familjare dhe në këtë rast bashkëshorti tjetër nuk mund të ketë asnjë pretendim, pasi në momentin kur janë shpenzuar nuk kanë qenë pjesë e bashkësisë; të ardhurat mund të shndërrohen në sende dhe në këtë rast duhet parasysh se këto sende do të bëjnë pjesë në bashkësi që nga data e fitimit të tyre; të ardhurat mund të mos konsumohen e të ruhen në formën e kursimeve, që do të jenë objekt i pjesëtimit të ardhshëm, nëse nuk janë shpenzuar deri në zgjidhjen e bashkësisë.³⁰²

3.1 TË ARDHURAT NGA VEPRIMTARIA E VEÇANTË E ÇDO BASHKËSHORTI GJATË MARTESËS, NËSE NUK JANË KONSUMUAR DERI NË MBARIMIN E BASHKËPRONËSISË

Të ardhurat nga veprimtaria e veçantë e çdo bashkëshorti, do të konsiderohen si sende në bashkësi, nëse nuk janë konsumuar deri në përfundim të saj (neni 74/b i KF). Me veprimtari të veçantë të secilit bashkëshort, kuptojmë jo vetëm marrëdhënien e rregullt të punës si aktivitet bazë, por edhe ushtrimin e një veprimtarie pune të pavarur

³⁰¹ Vendim i Kolegjit Civil të Gjykatës së Lartë, Nr.138, dt.13.03.2012

³⁰² Omari, S., *E Drejtë Familjare*, Tiranë, (2007); Bonilini, G., *Manual i së Drejtës Familjare*, Tiranë, (2005)

profesionale apo intelektuale. Si rrjedhojë, të ardhura të tilla janë shpërblimet periodike nga marrëdhënia e punës, por edhe shpërblimet jo periodike si bursat e studimit, të ardhurat nga pronësia intelektuale etj. Shfrytëzimi ekonomik i veprës autoriale apo e drejta materiale e autorit, si dhe çdo dëmshpërblim i përfituar nga autori për përdorimin pa të drejtë të veprës së tij, bën pjesë gjithashtu në bashkësinë eventuale. Përjashtim bën rasti, kur ky fitim nëpërmjet blerjeve konvertohet menjëherë në të mira reale, që hyjnë në bashkësinë aktuale.³⁰³

Që të ardhurat nga pronësia intelektuale të bëjnë pjesë në bashkësinë eventuale, duhet që pagesa efektive e tyre të jetë kryer gjatë martesës, megjithëse krijimi autorial (vepra autoriale apo shpikja) mund të jenë realizuar përpara lidhjes së martesës. Në të kundërt, të ardhurat e fituara mbas martesë, nga një krijim intelektual i realizuar gjatë martesës, konsiderohen si pasuri vetjake.³⁰⁴

Secilit bashkëshort i njihet mundësia, në diskrecion të vet, t'i përdorë të ardhurat vetjake, si p.sh. të ardhurat e fituara nga puna dhe ushtrimi i një profesioni, por gjithmonë, sipas rregullave të regjimit të bashkësisë ligjore. Kjo do të thotë, se secili bashkëshort ka të drejtën t'i përdorë e disponojë sipas pëlqimit këto të ardhura, por vetëm pasi ka kontribuar për detyrimet që rrjedhin nga martesë (neni 54, 63 KF). Detyrimet që rrjedhin nga martesë duhet të përmbushen me përparësi, pavarësisht llojit të regjimit pasuror të përzgjedhur nga bashkëshortët. Pra, liria e disponimit të të ardhurave vetjake realizohet vetëm nëse janë përmbushur detyrimet martesore. Kemi parasysh, se masa e kontributit të bashkëshortëve për detyrimet që rrjedhin nga martesë, nëse nuk është vendosur në kontratën martesore, do të diktohet nga nevoja e familjes, në përputhje me kushtet dhe aftësitë e secilit bashkëshort.³⁰⁵

Sa i përket të ardhurave të depozituara në banka, ato do të llogariten si sende vetjake ose të përbashkëta, varësisht prejardhjes së shumave në momentin kur është bërë depozitimi. Nëse njëri prej bashkëshortëve ka depozituar të ardhura personale në emër të një personi të tretë, p.sh. fëmijës, apo i ka depozituar duke përcaktuar se do të tërhiqen nga një person i caktuar pas vdekjes së tij, atëherë këto të ardhura nuk mund të konsiderohen si të pa konsumuara sepse bashkëshorti titullar i ka disponuar nëpërmjet një veprimi juridik *inter vivos* në rastin e parë dhe *mortis causa* në rastin e dytë.

3.2 FRYTET E MBLEDHURA TË PASURISË VETJAKE TË ÇDO BASHKËSHORTIT, QË NUK JANË KONSUMUAR DERI NË MBARIMIN E BASHKËPRONËSISË

Sipas nenit 74/c të KF, frytet e mbledhura të pasurisë vetjake të çdo bashkëshorti që nuk janë konsumuar deri në mbarimin e bashkëpronësisë janë pjesë e bashkësisë eventuale. Frytet janë sende që sendi kryesor i jep periodikisht, por që janë të destinuara për ndarje.³⁰⁶ Frytet e sendit, që mund të jenë natyrore ose civile (neni 145 KC), janë fitimet që realizon pronari nga sendi. Frytet natyrore prodhohen në mënyrë të natyrshme, pavarësisht vullnetit të njeriut, ndërsa frytet civile janë pasojë e veprimeve juridike. Frytet civile zakonisht përfaqësojnë të ardhura monetare siç janë: qiraja nga sendet vetjakë, kamatat që rrjedhin nga të ardhurat vetjake, të ardhurat e fitura nga pronësia intelektuale etj. Që frytet mund të mblidhen apo “merren”, në terminologjinë e nenit 74/c të KF, duhet që ato të shkëputen nga sendi. Fryti natyror i shkëputur përbën një send të veçantë, që si i tillë mund të bëjë pjesë në bashkësi nëse në mbarim të saj është i pakonsumuar dhe mblidhet apo “merret”, pra hyn në posedim të bashkëshortit titullar. Ndërsa, për frytet civile shkëputja lidhet me kohën kur ato bëhen të kërkueshme³⁰⁷. Frytet civile do të konsiderohen “të marra”, nëse janë bërë për t'u mbledhur, pavarësisht nëse bashkëshorti titullar i ka marrë apo jo në dorëzim.³⁰⁸

Sa i përket mbulimit të shpenzimeve të nevojshme për mbledhjen e fryteve të sendeve vetjake, KF nuk përcaktohet shprehimisht. Por, në bazë të rregullit të përgjithshëm të së drejtës civile, sipas të cilit kush përfiton nga një veprimtari duhet t'i përmbushë dhe detyrimet e saj (*ubi emolumentum ibi onus*), arrijmë në përfundimin se shpenzimet e bëra për mbledhjen e fryteve nga sendet vetjake, do të kompensohen nga bashkësia, gjithmonë nëse frytet ekzistojnë në momentin e mbarimit të bashkësisë.³⁰⁹

³⁰³ Bonilini, G., *Manual i së Drejtës Familjare*, Tiranë, (2005)

³⁰⁴ Omari, S., *E Drejtë Familjare*, Tiranë, (2007)

³⁰⁵ Mandro, A., *E Drejta Familjare, Familja, Fëmijët, Martesa, Bashkëshortët*, Tiranë, (2009); Omari, S., *E Drejtë Familjare*, Tiranë, (2007)

³⁰⁶ Gams, A., *Bazat e së Drejtës Reale*, Prishtinë, (1976)

³⁰⁷ Neni 145/4 i KC

³⁰⁸ Shehu, A., *Pronësia*, Tiranë, (2000); Aliu, A., *E Drejta Sendore*, Universiteti i Prishtinës, (2014)

³⁰⁹ Omari, S., *E Drejtë Familjare*, Tiranë, (2007)

Ashtu si të ardhurat e realizuara nga veprimtaria e veçantë e çdo bashkëshorti gjatë martesës, dhe frytet e pasurisë vetjake të fituara gjatë martesës, apo për sa kohë zgjat bashkësia, i nënshtrohen një regjimi juridik të dyfishtë. Gjatë ekzistencës së bashkësisë, ato do të konsiderohen si pronësi vetjake dhe bashkëshorti titullar mund t'i përdorë sipas vullnetit të tij, pa marrë pëlqimin e bashkëshortit tjetër, por gjithmonë pasi të ketë përmbushur detyrimet martesore. E nëse frytet e sendeve personale nuk janë konsumuar deri në mbarimin e bashkësisë, do të konsiderohen si pasuri e përbashkët.

3.3 PASURIA E KRIJUAR GJATË MARTESËS, E CAKTUAR PËR ADMINISTRIMIN E VEPRIMTARISË TREGTARE

Sipas nenit 75 të KF pasuria e krijuar gjatë martesës, e caktuar për administrimin e veprimtarisë tregtare të njërit bashkëshort si dhe shtesat e prodhimit të saj janë objekt i bashkëpronësisë vetëm nëse ekzistojnë si të tilla në çastin e mbarimit të martesës. Administrimi i shoqërisë tregtare nënkupton kryerjen e të gjitha veprimeve të nevojshme për ushtrimin e zakonshëm të veprimtarisë tregtare.³¹⁰ Pra, pasuria e krijuar gjatë martesës, e caktuar për ushtrimin e veprimtarisë tregtare të njërit bashkëshort, do të fitojë statusin e saj fillestar si pasuri e bashkësisë vetëm nëse ekziston në momentin e mbarimit të martesës.

4. PËRFUNDIME

Legjislacioni shqiptar ofron rregullim të detajuar e bashkëkohor sa i përket institutit të bashkësisë ligjore, ngjashëm me legjislacionet perëndimore, e më konkretisht me atë italian e francez. Me rënien e regjimit komunist legjislacioni shqiptar ndryshoi tërësisht duke ofruar tashmë zgjidhje për situatat e reja të krijuara me njohjen e pronës private dhe dhe zhvillimin e iniciativës së lirë dhe ekonomisë së tregut. Në këtë kontekst, Kodi aktual i Familjes nuk i kufizon bashkëshortët në përzgjedhjen e regjimit pasuror që ata dëshirojnë nëpërmjet lidhjes së kontratës martesore, me anë të së cilës bashkëshortët mund t'i rregullojnë regjimet bashkëshortore sipas interesave dhe kërkesave të tyre specifike.

LITERATURA

- [1] Omari, S., *E Drejtë Familjare*, Tiranë, f. 102-207, 2007
- [2] Mandro-Balili et al., *E Drejta Familjare*, Shtëpia Botuese & Shtypshkronja Kristalina KH, Tiranë, f. 319-341, 2006
- [3] Begeja, K., *E Drejta Familjare e RPS të Shqipërisë*, Shtypshkronja Mihal Duri, Tiranë, f. 145, 1984
- [4] Bonilini, G., *Manual i së Drejtës Familjare*, Tiranë, f. 93-119, 2005
- [5] Bonilini, G., *Komentar i së Drejtës Familjare*, Tiranë, f. 224-235, 2004
- [6] Galgano, F., *E Drejta Private 1: Hyrje – Pronësia*, Shtëpia Botuese Luarasi, Tiranë, f. 165-166, 2003
- [7] Mandro, A., *E Drejta Familjare, Familja, Fëmijët, Martesa, Bashkëshortët*, Tiranë, (2009); Omari, S., *E Drejtë Familjare*, Tiranë, f. 228-229, 2009
- [8] Gams, A., *Bazat e së Drejtës Reale*, Prishtinë, f. 17, 1976
- [9] Shehu, A. *Pronësia*, Tiranë, f. 8, 2000
- [10] Aliu, A., *E Drejta Sendore*, Universiteti i Prishtinës, Fakulteti Juridik, f. 54-55, 2014
- [11] Kodi Civil i Përditësuar dhe me Praktikë Gjyqësore, Botime Juridike Alb Juris, Tiranë, (2014)
- [12] Kodi i Familjes i RSH, Ligj nr. 9062, dt. 08.05.2003
- [13] Ligji nr. 9901, dt. 14.04.2008 Për Tregtarët dhe Shoqëritë Tregtare

³¹⁰ Neni 33/1 i ligjit “Për tregtarët dhe shoqëritë tregtare”

ANALYSIS OF CENTER OF GRAVITY - TERRORIST ORGANIZATION „ISLAMIC STATE“

Nenad Taneski

Military Academy – Skopje, Republic of Macedonia, nenoreal@yahoo.com

Sasha Smileski

Ministry of Defence, Republic of Macedonia

Abstract: In this paper an attempt was made through an analysis of the center of gravity of the Islamic State, to get a full picture of the terrorist organization. The analysis is based on the three postulates of the center of gravity according to US military research, which are: critical capabilities, critical needs and critical weaknesses. With the full implementation of these postulates, a comprehensive analysis of the state of the Islamic state has been made (advantages, disadvantages and vulnerabilities). The political and military strategy for violating the stability of the Islamic State depends on the assessment of their critical capabilities, critical needs and critical weaknesses.

The strategy of defeating the Islamic State depends on the assessment of their center of gravity and the grand strategy of military policy. Hence a conclusion could be drawn from the Islamic State's military strategy for the necessary components that would allow enemies to form a counter-strategy.

Keywords: critical capabilities, critical needs, critical weaknesses, strategy.

1. INTRODUCTION

The critical elements of strategic power possessed by IS are identifiable through analysis of its military strategy. The elements of strategic power are doctrinally expressed through a study of an enemy's center of gravity. Center of gravity is a strategic construct introduced by Carl von Clausewitz to describe the primary source of an enemy's strength. The identification of enemy centers of gravity emerged into the military craft through the following passage of his master work, *On War*: "Out of these characteristics a certain center of gravity develops, the hub of all power and movement, on which everything depends. That is the point against which all our energies should be directed."³¹¹

Center of gravity studies have been expanded in the context of US military planning doctrine to include critical capabilities, critical requirements, and critical vulnerabilities as additional expressions of strategic Power with which to evaluate a military enemy. (table 1).³¹²

Table 1: Elements of Strategic Power

CENTER OF GRAVITY	The source of power that provides [an enemy with] moral or physical strength, freedom of action, or will to act.
CRITICAL CAPABILITIES	A means that is considered a crucial enabler for a center of gravity to function and is essential to the accomplishment of the specified or assumed objective(s).
CRITICAL REQUIREMENTS	An essential condition, resource, or means for a critical capability to be fully operational.
CRITICAL VULNERABILITIES	An aspect of a critical requirement which is deficient or vulnerable to direct or indirect attack that will create decisive or significant effects.

Critical capabilities are essentially the enemy's means; critical requirements are his constraints; and critical vulnerabilities are his deficiencies. These concrete planning factors translate directly into an enemy's strategy, and they can be targeted directly to achieve linear battlefield effects. A Center of Gravity, on the other hand, requires a broader understanding of the behavior of the enemy system, and thus it requires a comprehensive assessment of the

³¹¹ Фон Клаузевиц Карл, За војната, Магор, Скопје, 2009.

³¹² Army Doctrine reference Publication (aDrP) 1-02, military and symbols, 2013.

other elements of the enemy’s strategic power. Targeting a Center of Gravity achieves nonlinear destructive effects against an enemy. This study will therefore identify the critical capabilities, critical requirements, and critical vulnerabilities of IS before providing an assessment of its centers of gravity, which may be targeted in order to achieve exponential effects upon ISIS. This study will also identify critical opportunities that IS may seek to exploit in order to identify the full range of opportunities available to the US to design a strategy for IS’s defeat.

Conducting a center of gravity analysis of IS provides the theoretical basis to design a counter-strategy. a political-military strategy to destroy IS depends upon an accurate estimate of its critical capabilities (table 2). A political-military strategy to disrupt IS depends upon an estimate of its critical requirements, critical vulnerabilities, and critical opportunities. a strategy to defeat IS depends upon an estimate for its centers of gravity and grand strategy. This study is therefore a practical one, to extrapolate from the IS military strategy the necessary components that will allow the enemies of IS to form a counter-strategy.

Table 2: Tactical Mission Tasks³¹³

DEFEAT	A tactical mission task that occurs when an enemy force has temporarily or permanently lost the physical means or the will to fight.
DESTROY	A tactical mission task that physically renders an enemy force combat-ineffective until it is reconstituted.
DISRUPT	A tactical mission task in which a commander integrates direct and indirect fires, terrain, and obstacles to upset an enemy’s formation or tempo, to interrupt his timetable, or cause his forces to commit prematurely or attack in a piecemeal fashion.

2. CRITICAL CAPABILITIES

A critical capability is an essential means to accomplishing strategic objectives that is considered a crucial enabler for a center of gravity to function.³¹⁴ While the IS centers of Gravity will be validated later in this study, it is important first to take inventory of the essential means displayed within the IS strategy thus far. IS demonstrates critical capabilities in the arenas of military campaign design, military force generation, political campaign design, and local governance. The denial of one or more of these critical capabilities will destroy the synergy of IS military-political power.

IS is able to design and execute military campaigns at the strategic and operational levels. IS is able to plan, adjust, consolidate, and initiate phased campaigns. IS is able to designate main efforts and distribute manpower and materiel across fronts.⁷⁵ This critical capability is built upon a number of collective competencies, including command and control, hybridized warfare, and maneuver. IS has been able to leverage this capability to seize military and urban terrain in Iraq and Syria, and to conduct offensives across multiple fronts sequentially, setting the terms of battle across several fronts at once. IS has also overcome tactical failures with this operational and strategic resilience, most prominently the loss of urban terrain in Syria’s Idlib and Aleppo provinces in January 2014.³¹⁵ The organization has also designed and leveraged its military successes to achieve grand strategic objectives, including the announcement of the caliphate.

IS is able to grow its fighting force. IS is able to increase manpower through prison breaks, foreign fighter flows, and increasingly through local recruitment, based upon recent reports from Mosul. Local youth are reportedly joining IS, and IS has reportedly constituted a police force in Mosul that may hold increased appeal

³¹³FM 3-90, “Tactics,” Appendix B, “Tactical Mission Tasks,” Department of the Army, Washington D.C., January 4, 2001 available on [://www.globalsecurity.org/military/library/policy/army/fm/3-90/toc.htm](http://www.globalsecurity.org/military/library/policy/army/fm/3-90/toc.htm).

³¹⁴ Army Doctrine reference Publication (aDrP) 1-02, military Terms and symbols, 2013.

³¹⁵ Valerie Szybala, “Syrian rebels attack IsIs,” IsW, January 5, 2014, available on <http://iswsyria.blogspot.com/2014/01/syrian-rebels-attack-isis.html?q=aleppo+IsIs>.

because IS is able to pay salaries, whereas the government of Iraq can no longer.³¹⁶ By broadcasting a message of military victory, IS is able to sustain and grow its notoriety and treasury, both of which translate to an increased tangible basis of recruitment. IS are not only recruits on the basis of religious justification, but also through a promise of real and imminent success. This is an important distinction between IS and other global jihadist groups, such as al-Qaeda, and it suggests a path by which IS may gain influence at al-Qaeda's expense. IS are recruits not only on the basis of religious justification, but also on the basis of its military might. The message of military victory and the promise of real control have been the primary drivers of support to IS, preserving the fundamental sequence of the IS grand strategy to establish physical control first.

IS is also able to translate military victories into political success through an aggressive and pro-active information campaign. The IS social media strategy has been widely recognized as superior among professional organizations, with Twitter hashtag campaigns to capture the entire World cup audience, for example, and an extensive English-language magazine series to describe post-war life within the Islamic caliphate. Through the combined activities of local media offices that distribute leaflets in Iraq and Syria as well as a worldwide digital information strategy including print, video, and social media, IS has been able to broadcast a political campaign that maximizes their argumentation, appeal, and reach. Inside Syria, the messaging campaign is also delivered through "Dawa" religious outreach gatherings, and IS has represented itself as the champion of Iraq's Sunnis throughout the anti-government protest movement that preceded the current uprising.

IS has demonstrated over time the ability to sustain control of urban centers in Raqqa and Aleppo provinces in Syria. The methods employed by IS to establish and sustain this control include the establishment of a local religious police force, Shari'a law, religious schools, reconstruction projects, and food distribution. IS has also begun to administer some of these functions in Iraq, most recently establishing a police force within Mosul. Their methods are largely coercive, but recently IS has also implemented a phased urban control strategy that involves displacing the urban population in order to establish control by effectively selecting a population. The Islamic caliphate most recently demonstrated this in Deir ez-Zour, Syria, but reports after the initial fall of Mosul also indicate that civilians were allowed to evacuate the city. IS social control within urban centers that now comprise the Islamic caliphate is enhanced by the emigration of fighters, professionals, and families to settle, whom IS is actively recruiting.³¹⁷

3. CRITICAL REQUIREMENTS

Critical requirements describe the enemy's necessary conditions, resources, and means. In order to succeed in its military campaign in Iraq, IS requires continued military success, alliances, combat service support, and religious authority. The denial of one of these critical requirements will disrupt the ability of IS to proceed with its present political-military strategy.

By declaring the Islamic caliphate as a physical presence, IS has to develop statecraft and defend this terrain. This makes IS more brittle from a strategic perspective. In the meantime, it also reinforces social control, as civilians living within cities that IS now controls are discouraged from mounting a resistance movement. IS requires the bandwagoning effect of victory as well as its deterrent effect to sustain its military campaign and defend the Islamic Caliphate. A senior Ba'athist official in attendance at a meeting of Sunni tribal and Salafist leaders in Jordan on July 16, 2014 highlighted the passive alliance with IS that stems from its military victory: "now the Islamic state is fighting and has scored victories and helped revolutionaries in achieving their goals ... we are almost in harmony with them in achieving our goals."³¹⁸

In Iraq, IS is fighting alongside local allies that include Sunni insurgents and Ba'athists. IS has leveraged these alliances to overcome the ISF in Iraq and to establish a zone devoid of state security. IS will require the

³¹⁶ Jenna Lefer, "Life under ISIS in Mosul," Institute for the study of War, July 28, 2014, available on <http://iswiraq.blogspot.com/2014/07/life-under-isis-in-mosul.html>.

³¹⁷ "Canadian fighter urges Muslims to travel to Syria in posthumous Is video," translated and posted by sITe Intelligence group, July 11, 2014, available on [://ent.siteintelgroup.com/multimedia/canadian-fighter-urges-muslims-to-travel-to-syria-in-posthumous-is-video.html](http://ent.siteintelgroup.com/multimedia/canadian-fighter-urges-muslims-to-travel-to-syria-in-posthumous-is-video.html).

³¹⁸ Culeiman al-Khalidi, "Iraq sunni Insurgency seeks end to shi'ite Political Domination," reuters, July 16, 2014, available on <http://www.reuters.com/article/2014/07/16/us-iraq-insurgency-sunni-idusKBn0fl2ve20140716>.

continued cooperation of these groups in order to consolidate control. It is unclear whether Sunni nationalists and tribal militias in Iraq will tolerate IS long term; or seek to wrest control from IS in the wake of its military advance.

But the role that former Baathist leadership might play in the unfolding war in Iraq is still in question. on July 13, 2014, Izzat al-Douri, former vice president to Saddam Hussein, congratulated IS on wresting control of Iraq's Sunni areas from the Maliki government and condoned the campaign to liberate Baghdad. With similar language, Iraqi Salafist clerics and prominent tribal leaders who met in Jordan on July 16, 2014 describe their cause not as one to resist IS, but one to overthrow the Shi'a government of Iraq permanently.

IS is transitioning from military to political control within a bounded physical space. Throughout this transition, IS is dependent upon the military institutions to sustain its offensive and defensive military effort. These institutions require combat support, such as intelligence, engineering, and signal; as well as combat service support, including logistics, supply, human resources, and finance. It is possible to examine what tactical and operational tasks IS is able to perform in terms of its military, government, development, and outreach functions, and understand what support functions IS requires in order to sustain its various efforts. These events diminish the likelihood that Iraq's mobilized Sunni opposition will form a counter-IS resistance force. In Syria, IS does not have an ally in the Sunni opposition.

The operational and strategic depth of IS belies the depth of its supporting institutions. These critical requirements are not particularly vulnerable to disruption because of their depth. However, the operational presence of IS in Iraq and Syria requires interior and exterior lines of communication to facilitate the distribution of resources, manpower, information, and finance across the full expanse of its operational and support zones. These physical connections are vulnerable to disruption at several key points, particularly where IS has yet to complete its outer ring of Sunni heartland control. The most essential artery for internal communication within the IS area of operations in Iraq is a road that US forces named route Phoenix, which stretches across the Jazeera desert from Baiji to Haditha. Baiji is key terrain for IS not only because of the oil refinery, but also because it is the crossroads by which IS is able to transit across Iraq.³¹⁹

IS requires religious authority in order to preserve the core nature of the Islamic caliphate. Ideology is not a center of gravity of IS, or a critical capability, because IS can proceed with the practical elements of its grand strategy even when its religious argumentation or acceptance is deficient. IS has the means to establish physical control of terrain and infect coercive social control regardless of whether its actions are perceived to be justified through religion. However, the manner in which IS has chosen to achieve social control is through religious indoctrination. IS cultivates its religious outreach through "Dawa" outreach, religious instruction, and a proactive strategic messaging campaign.

Without religion, IS is just another regime. IS requires religious authority also to enforce the conditions of the religious state that it means to construct and maintain.

4. CRITICAL VULNERABILITIES

Critical vulnerabilities describe the critical requirements of the enemy that are deficient or exposed, or the externalities that inherently weaken an enemy.³²⁰ The critical vulnerabilities of IS derive from its established strength. The scope of its operations, the heterogeneity of its leadership, and the depth of its institutions also generate vulnerabilities. IS additionally contends with vulnerabilities that will befall its future goals if it is not able to rise to the level of global resonance that it seeks to establish.

IS is vulnerable to over-extension, deriving from the critical requirement to support an extended military campaign across multiple fronts. IS is less vulnerable than its domestic adversaries, such as the Iraqi security forces, and this relative overmatch has allowed IS to launch simultaneous offensives multiple fronts to divide opposing forces and limit their ability to concentrate a counter-offensive. However, IS is also vulnerable in its own arrayed position. IS has ground forces positioned from the Iranian border in northern Diyala to Rutba and eastern Homs province in Syria. The physical footprint of IS is extensive, and IS is vulnerable where it is not able to maintain robust internal lines of communication. Furthermore, as counter-offensives are launched against them, IS will incur

³¹⁹ Lewis D. Jessica, *The Islamic State: A Counter-Strategy for a Counter-State*, Institute for the Study of War, Washington, 2014, pg.19

³²⁰ Joe Strange and Richard Iron, "Understanding centers of gravity and critical vulnerabilities," available on <http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/usmc/cog2.pdf>.

geographic vulnerabilities to some military positions if it redistributes forces to reinforce troops in contact. Early reports as of July 19, 2014 indicate that IS has reinforced the fight against the ISF in Tikrit by drawing forces from Mosul. Other groups such as JRTN (Jaysh Rijalal-Tariqah al-Naqshabandia) may exploit this vulnerability by seizing control of urban terrain left minimally guarded by IS. IS may in turn take steps to co-opt other groups and accelerate its force generation in order to minimize this vulnerability.

IS has been able to reconstitute several generations of leadership that had been building strength and numbers in prisons. The re-gathering of leaders and fighters from former eras creates another force multiplier for IS that also generates a critical vulnerability. IS has robust military institutions and can deliver sophisticated military campaigns to synchronize effects across multiple fronts; but ISIS is also heterogeneous, with extreme disparities among the layer shared experiences of its membership; over such a large campaign, IS is vulnerable to leadership cleavages as a result. Nevertheless, IS has already demonstrated the successful combination of disparate styles of warfare, ranging from terrorism to guerilla warfare, combined arms attacks, and conventional maneuver. The ability to prosecute hybridized warfare is a demonstrated capability of IS that functionally overcomes its vulnerability to leadership cleavages. This ability to implement multiple styles provides IS with a range of tools and solutions that may defeat monolithic counter-strategies, especially to reestablish control over Mosul and Raqqa.³²¹

The tribes in Deir ez-Zour province in Syria are surrendering under IS's terms because they see that IS has military overmatch. If local populations cannot mount an effective resistance to IS, then they likely will not attempt to do so.³²² Their lack of capability to win in battle against IS may cause this deficiency in ISIS's ideological appeal never to actualize as a critical vulnerability, though there have been several reports in eastern Iraq of Sunni insurgents, likely JRTN, clashing with IS.

The transition from a terrorist network to a military institution has likely imposed constraints upon IS. Developing institutions also means developing bureaucracy, including procedural normalization, process establishment, and repeatable workflows. These business practices are difficult to advance, and they increase the signature of the IS military and governance institutions and make them more visible to enemy forces. Bureaucracy also accelerates leadership cleavages. These vulnerabilities expand further as the IS military apparatus develops norms to relate to the political and religious institutions that exercise governance and social control within the Islamic caliphate. The same practices and instruments that must bring IS together at a grand strategic level also increasing its physical vulnerability to enemy targeting. IS is likely practiced in the preservation of operational security from the al-Qaeda fighting experience against coalition forces; however, once an organization becomes as large as IS today, it also becomes more visible, more fixed, and more rigid in its repeatable processes. Bureaucracy and convention lock IS into positional warfare, making IS vulnerable in a way that al-Qaeda never was.

IS must also compete within the Salafist constellation of vocal actors in order to legitimize the Islamic caliphate on a religious plane. The recent rejection of the IS caliphate by Abu Muhammad al-Maqdisi, former religious guide to al-Qaeda emir Abu Musab al-Zarqawi, is one such source of religious vulnerability for IS.³²³ Other al-Qaeda affiliates such as al-Qaeda in the Islamic Maghreb have also spoken out against the IS caliphate, referencing Maqdisi and calling on Islamic scholars to deliver a cohesive message. The longstanding conflict between Jabhat al-Nusra and IS in Syria generated a rift and thereby a vulnerability for the entire global jihadist community. although IS may gain ground relative to other groups because of its tangible victories, IS's a member of this community, and the ability to influence the broader movement is compromised by a lack of consensus among Islamic scholars and al-Qaeda leaders in IS favor may work to overcome this vulnerability by encouraging other al-Qaeda leaders to adopt its system, which IS can claim to produce tangible results. Without their approval however, IS is vulnerable to internal competition.

The performance of state security forces in Iraq and Syria against IS has called into question whether other state armies in the middle east are capable to defend their sovereign territory. Jordan and Lebanon will likely face

³²¹ Lewis D. Jessica, *The Islamic State: A Counter-Strategy for a Counter-State*, Institute for the Study of War, Washington, 2014, pg.21

³²² Lewis D. Jessica, *The Islamic State: A Counter-Strategy for a Counter-State*, Institute for the Study of War, Washington, 2014, pg.21

³²³ "Jihadi Ideologue Abu Muhammad al-Maqdisi rallies against Is' Caliphate," site Intelligence group, July 14, 2014, available on <https://news.siteintelgroup.com/Jihadist-news/jihadi-ideologue-abu-muhammad-al-maqdisi-rallies-against-is-caliphate.html>.

attacks by IS that will test their defense capabilities. The IS expressed endgame is to hold sacred sites inside Saudi Arabia additionally. It is important to estimate where IS may face military overmatch by other forces in order to estimate the ways in which its meticulously sequenced military strategy is vulnerable to preemption. The presence of formidable regional militaries, such as Iran, Turkey, and the GCC, is strategic vulnerability of IS in the pursuit of a grand strategy that begins with military conquest. IS will need to defend its acquired territory from these states, should they choose to intervene against IS in Iraq and Syria. IS will also need to formulate a strategy for further expansion that compromises the military capabilities of these states.

5. CENTERS OF GRAVITY

“Out of these characteristics a certain center of gravity develops, the hub of all power and movement, on which everything depends. That is the point against which all our energies should be directed.”

Clausewitz implied a strategy for targeting an enemy’s center of gravity with maximum force as a means to achieve decisive victory. Many scholars have since argued that centers of gravity need not be concrete, which complicates the formulation of asymmetric military counter-strategies to concentrate fire and destroy them. In the case of IS, there are multiple centers of gravity, a situation which creates both a challenge and an opportunity for the strategic counter-planner. The challenge is that political and military efforts cannot be maximally applied upon two centers of gravity at once and still abide by the principle to concentrate one’s own force to target an enemy center of gravity.

The opportunity emerges from the fundamental need for an enemy with two centers of gravity to maintain a synergy between these poles. If two gravitational poles stabilize the enemy macro-system within, and those poles fall out of perfect alignment, then a grand strategic vulnerability emerges. The vulnerability does not destroy the organization, but it causes cascading vulnerabilities to erupt. Accelerating this effect is a potential strategic objective of a counter-strategy driven by the centers of gravity of IS. IS has two capabilities-based centers of gravity; a military capacity to destroy modern states; and a Political capacity to control an Islamic caliphate. The IS political vision rests upon their combination.³²⁴

5.1. MILITARY FORCES

The IS military is a classical center of gravity. It is an institution comprised of many layers of tactical, operational, and strategic capability, and it is expertly led. The IS military campaign belies the brilliance of its military leadership. The IS military strategy in Iraq and campaign cohesion have been more sophisticated and more successful than that of any other force with which they have come into violent contact. This strategic capability now also extends into Syria, evidenced most powerfully in the offensive to seize control of urban terrain and oil fields in Deir ez-Zour province.

5.2. POLITICAL CONTROL

IS derives strength from a second center of gravity, one that comprises the statecraft of the Islamic caliphate. The Islamic caliphate announced by IS is not only an idea; it is a religious polity that sits atop major cities and operates a framework to govern a religious urban society. The Islamic Caliphate is personified by Caliph Ibrahim, Abu Bakr al-Baghdadi. But the Islamic state created by IS is a political entity comprised of much more. The Islamic state is operational, with functional institutions, governance, laws, executors, and citizens. It generates rather than draws strength from ISIS. The state produces a different kind of energy than does the IS military. The state promises life after war and right governance. The estimate of IS’s capability to govern draws primarily from IS messaging about life in Aleppo and Raqqa, which is likely divorced from reality and thereby vulnerable to counter-messaging. Nevertheless, IS controls major cities, some of them now for several months. Its territory is contiguous. Populations that remain within are attending mosques. This state is not only a place for martyrs to come and die. IS is fashioning a new form of religious statecraft. The IS system for political control is a second center of gravity.³²⁵

5.3. SECTARIAN CIVIL WAR

IS has adapted its political and military strategy to shifting events in Iraq and Syria. Where conditions are not primed for its advance, IS has demonstrated the ability to adjust its strategy to accelerate or induce optimal conditions. This has proven true in Iraq, where IS targeted Shi’a civilians in Baghdad viciously for over a year¹⁰⁶

³²⁴ Lewis D. Jessica, *The Islamic State: A Counter-Strategy for a Counter-State*, Institute for the Study of War, Washington, 2014, pg.22

³²⁵ Charles Caris and Sam Reynolds, “IsIs governance in syria,” IsW available on <http://www.understandingwar.org>

in order to accelerate a sectarian response by the Iraqi security forces, especially against the anti-government protest movement ignited against Pm Maliki in December 2012. The protest movement provided IS with more opportunities to exacerbate the sectarian divide in Iraq, which it exploited. Sectarian civil wars provide IS with unrivaled opportunity to pursue governance and control where neither a regime nor an opposition is willing to mass forces. The condition of sectarian or civil war in Syria and now Iraq is an exogenous advantage for IS, but one IS also targeted strategically.

5.4. KURDISH INDEPENDENCE

An additional opportunity that IS may exploit is the prospect of an imminently independent Iraqi Kurdistan. An independent Kurdistan that pursues autonomy while the IS caliphate remains is compromised in its opportunity to pursue a joint military strategy with the government of Iraq and external factors, such as the US that are determined to keep Iraq unified. An independent Kurdistan would contravene this intent and complicate hypothetical military support by disrupting close cooperation between the US, the Iraqi federal government, and allies. The Kurdish Peshmerga may fight, but would be more likely to do so alone instead of in concert with partners. Furthermore, an independent Kurdistan would reinforce a mutual border with the Islamic caliphate. IS may attack Kurdish forces or engage Kurdish interests in a way that accelerates the KRG's pursuit of dependence in order to secure this condition.

5.5. A SYRIAN SITUATION

Similarly, it is possible that IS could buttress its western flank against the Assad regime by attacking in a way that causes Assad to form a de facto border with IS. On July 17, 2014, ISIS attacked a gas field in eastern Homs province, seizing a facility that had been under regime control.³²⁶ IS may have done this in order to shore up a buffer zone against the Syrian regime. Syrian regime investment of military resources along the IS front would stretch the regime's ability to apply force elsewhere, and may thereby expose more opportunities for IS to pursue strategic military campaign goals in Syria. Alternately, if the Assad regime were to negotiate an end to the Syrian war in order to confront IS, the battle plan would inherently involve the defense of the central corridor and Latakia rather than the whole of Syria. Political measures by the Assad regime will therefore have the same affect upon IS as an autonomous Iraqi Kurdistan. IS may attack the Assad regime in a way that causes them to shore up a core central defense.

5.6. THE FIGHT AGAINST USA

IS is likely looking for ways to exploit the opportunity to galvanize support within the global jihadist community. IS may posture to capitalize upon US. Military involvement in Iraq or Syria with a strategic message for other fighters to come fight the Americans in Iraq. IS has the ability to design political campaigns that convert military disadvantages into political strengths. IS may increase its international terrorism posture or cultivate relationships with future leaders of external jihadist cells by bringing them into Iraq and Syria for a time. With these most dangerous scenarios in mind, it is likely that IS would respond to US active military involvement in Iraq in a way that would maximize its leadership of a movement that is fundamentally anti-US absent this opportunity, IS may seek to accomplish this goal in other ways, namely through direct attacks against the west. IS will likely make this argument ultimately, whether or not the US engages in Iraq or Syria at this time.³²⁷

6. CONCLUSION

According to Clausewitz's definition of Centers of Gravity, essential elements to achieving the goals of the IS are: the concept of a military campaign, generating military force, and the concept of a political campaign in the local government. But essential conditions for resources and resources are the necessity of: continuous military successes, alliances, combat service support and religious authority.

The transformation of IS from a terrorist organization into a state actor shows the need to create administration and military forces that need military service support, human resources and finance. It has been proven that the IS has been successfully meeting these needs in the past, but the operational and strategic capabilities of the IS contradict the capabilities of the institutions that support them. Because of these capabilities, these critical

³²⁶ "Hundreds Killed in Syrian gas field capture," al Jazeera, July 19, 2014, available on <http://www.aljazeera.com/news/middleeast/2014/07/islamic-state-fighters-seize-syria-gas-feld-2014717134148345789.html>;

³²⁷ Lewis D. Jessica, *The Islamic State: A Counter-Strategy for a Counter-State*, Institute for the Study of War, Washington, 2014, pg.24

needs are vulnerable, but not too vulnerable. It is vulnerable to too much expansion that comes from critical needs to support a huge military campaign on several fronts. The administration puts the IS in positional warfare and makes it vulnerable in a way that Al Qaeda in Iraq has never been. Certain terrorist groups struggling under the umbrella of the IS are opposed to the caliphate as being irregular, and therefore urge other organizations and Islamic experts to reconsider the IS's decision on caliphate. This move creates internal disagreement and the possibility of creating factions and internal rivalry.

According to Clausewitz, he analyzed the centre of gravity and he found a solution or strategy for finding the weaknesses of the enemy. The weakness would not ruin the organization, but would cause an eruption of a series of weaknesses that the enemy's center of gravity would have to target, attacking with maximum force to achieve a decisive victory.

The Islamic State has two centers of gravity based on its capacity: military capacity to destroy modern states and political capacity to control the Islamic caliphate. It is enough to shake one of these two centers to make the organization unstable as it would be destroyed by a decisive attack.

REFERENCES

- [1] Фон Клаузевиц Карл, За војната, Магор, Скопје, 2009.
- [2] Lewis D. Jessica, The Islamic State: A Counter-Strategy for a Counter-State, Institute for the Study of War, Washington, 2014.
- [3] Army Doctrine reference Publication (aDrP) 1-02, military and symbols, 2013.
- [4] FM 3-90, "Tactics," Appendix B, "Tactical Mission Tasks," Department of the Army, Washington D.C., January 4, 2001
- [5] [://www.globalsecurity.org/military/library/policy/army/fm/3-90/toc.htm](http://www.globalsecurity.org/military/library/policy/army/fm/3-90/toc.htm).
- [6] Valerie Szybala, "Syrian rebels attack Isis," IsW, January 5, 2014, <http://iswsyria.blogspot.com/2014/01/syrian-rebels-attack-isis.html?q=aleppo+IsIs>.
- [7] Jenna Lefer, "Life under ISIS in Mosul," Institute for the study of War, July 28, 2014,
- [8] <http://iswiraq.blogspot.com/2014/07/life-under-isis-in-mosul.html>.
- [9] „Canadian fighter urges Muslims to travel to Syria in posthumous Is video,” translated and posted by sITe Intelligencegroup, July 11, 2014, [://ent.siteintelgroup.com/multimedia/canadian-fighter-urges-muslims-to-travel-to-syria-in-posthumous-is-video.html](http://ent.siteintelgroup.com/multimedia/canadian-fighter-urges-muslims-to-travel-to-syria-in-posthumous-is-video.html).
- [10] Culeiman al-Khalidi, "Iraq sunni Insurgency seeks end to shi'ite Political Domination," reuters, July 16, 2014,
- [11] <http://www.reuters.com/article/2014/07/16/us-iraq-insurgency-sunni-idusKBn0fl2ve20140716>.
- [12] Joe Strange and Richard Iron, "Understanding centers of gravity and critical vulnerabilities,"
- [13] <http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/usmc/cog2.pdf>.
- [14] "Jihadi Ideologue Abu Muhammad al-Maqdisi rallies against Is' Caliphate," site Intelligence group, July 14, 2014,
- [15] <https://news.siteintelgroup.com/Jihadist-news/jihadi-ideologue-abu-muhammad-al-maqdisi-rallies-against-is-caliphate.html>.
- [16] Charles Caris and Sam Reynolds, "IsIs governance in syria," IsW, <http://www.understandingwar.org>
- [17] "Hundreds Killed in Syrian gas field capture," al Jazeera, July 19, 2014, <http://www.aljazeera.com/news/middleeast/2014/07/islamic-state-fighters-seize-syria-gas-feld-2014717134148345789.html>;

THE FIGHT AGAINST TERRORISM THROUGH THE PRISM OF THE UNITED NATIONS DOCUMENTS

Aguš Demirovski

Faculty of security – Skopje, University “St. Celement of Ohrid” in Bitola

Abstract: The main subject of this paper is the fight against terrorism through the prism of the United Nations documents. Given that terrorism is a regional problem, numerous international regional organizations have undertaken a series of activities to signify terrorism as a criminal offense for the suppression of which it is necessary to establish a uniform legal framework that would prevent the evasion of justice by going to another country whose national criminal legislation does not foresee punishment for certain conduct or narrowly defines it.

The threat of terrorism in global security has seen the United Nations, through its decades-long activity, seeks to build effective and preventive mechanisms that involve a criminal element based on respect for fundamental human rights and freedoms and the principle of the rule of law. The need for an effective criminal justice response to terrorism involves the adoption and implementation of a series of documents aimed at preventing terrorist acts.

Within the framework of this paper, the most important international documents adopted for the fight against terrorism by the League of Nations, as the forerunner of the United Nations, will be analyzed. Furthermore, international documents (mainly conventions) relating to the criminal-legal fight against terrorism will be analyzed in order for states to anticipate certain criminal offenses and sanctions in their national criminal justice legislation in order to create effective mechanisms for preventing and punishing criminal offenses terrorism. The purpose of these documents is to harmonize the criminal laws of the national states, and through the synchronized criminalization of terrorist behavior, the international cooperation of the state bodies competent for the prevention and suppression of terrorism will be facilitated.

It is important to point out that although terrorism is the most difficult form of criminality, the criminal justice response to terrorism must respect the achievements of the criminal justice dogma in accordance with the democratic values accepted at UN, EU and Council of Europe levels, as well as in all constitutional democracies of member states.

Keywords: terrorism, United Nations, documents, convention, crime

БОРБАТА ПРОТИВ ТЕРОРИЗМОТ НИЗ ПРИЗМАТА НА ДОКУМЕНТИТЕ НА ОБЕДИНЕТИТЕ НАЦИИ

Агуш Демировски

Факултет за безбедност – Скопје, Универзитет „Св. Климент Охридски“ – Битола

Резиме: Главниот предмет на овој труд е борбата против тероризмот низ призмата на документите на Обединетите нации. Со оглед на тоа дека тероризмот е регионален проблем, бројните меѓународни регионални организации презедоа низа активности за означување на тероризмот како кривично дело за чие сузбивање неопходно е да се воспостави униформирана правна рамка што би оневозможила одбегнување на правдата со одење во друга земја, чие национално кривично законодавство или воопшто не предвидува казнување за одредено однесување или потесно го дефинира.

Заканата за тероризам по глобалната безбедност ја воочи Организацијата на обединетите нации преку повеќедецениска активност и настојува да изгради ефикасни и превентивни механизми што вклучуваат кривичноправен елемент, заснован на почитување на основните човекови права и слободи и принципот на владеење на правото. Потребата од ефикасна кривично-правна реакција на тероризмот подразбира усвојување и имплементација низа документи, што имаат за цел спречување на терористички акти.

Во рамките на трудот ќе бидат анализирани и најважните меѓународни документи донесени во однос на борбата против тероризмот од страна на Друштвото на народите, како претходник на Обединетите нации. Понатаму ќе бидат анализирани и меѓународните документи (главно конвенции) кои се однесуваат на кривично-правната борба против тероризмот со цел државите во своите национални кривичноправни

законодавства да предвидат одредени кривични дела и санкции, со цел создавање на ефикасни механизми за спречувањето и казнувањето на кривичните дела тероризам. Целта на овие документи е усогласување на кривичните законодавства на националните држави, при што низ синхронизирана криминализација на терористичкото однесување ќе се олесни меѓународната соработка на државните органи надлежни за спречување и сузбивање на тероризмот.

Значајно е да се истакне дека иако тероризмот е најтежок облик на криминалитет, кривично-правната реакција на тероризам мора да ги почитува достигнувањата на кривично-правната догматика согласно со демократските вредности прифатени на ниво на ОН, ЕУ и Советот на Европа како и во сите уставни демократии на земјите членки.

Клучни зборови: тероризам, Обединети нации, документи, конвенција, кривично дело

1. ВОВЕД

Современите демократски држави настојувајќи да обезбедат услови за опстанок на правната држава мора да се спротивстават на терористичките активности и на меѓународно ниво. Правните механизми на реагирање на тероризмот подразбираат донесување и имплементација на низа прописи со кои на систематски начин се реагира на терористичките активности. Еден од начините на заштита на општеството од овој облик на насилен криминалитет секако е и борбата против него преку функционирањето на меѓународните организации, што во општествената опасност од терористичките активности се олицетворени во општо опасни дејства со кои се предизвикува страв кај граѓаните, со постоење на специфични намери.

Иако со тероризмот се кршат човечките права на голем број поединци, тоа никако не смее да биде оправдување за неограничено ширење на кривично правната репресија и воведување на тоталитарни тенденции во државноправното кривично право што се заснова на почитување на основните кривичноправни начела на иманентни правни држави. Бидејќи заштитата на човечките права преку кривичното право се остварува преку ограничување на човечките права на другите, тоа не смее да биде неограничено, туку употребата на кривичното право мора да се држи во рамките на начелото на сразмерност и праведност и свест за ситуации каде што со други средства не може да се постигне адекватна заштита. Супсидијарност на кривичното право и почитување на начелото *ultima ratio*, мора да биде во рамките за пропишување на кривични дела за тероризам, без оглед што од другата страна масовно се кршат основните човекови права. Доколку кривичното право би било прво средство што би подразбирало неограничени овластувања на државите и преземање најригорозни мерки како што е затворање и казнување, во таквото општество не може да се зборува за човечки права на граѓани, ниту за постоење на демократски принципи.

Организацијата на обединетите нации е светска организација која често донесува документи преку кои ги дава рамките на борбата против овој феномен, најпрво преку кривично-правната реакција, но и преку криминалистичко-оперативните аспекти. Низ тие документи современите општества се повикуваат низ процесот на образование да направат достапни информации за основните човечки права, потреби за нивно остварување, услови за нивно еднакво користење од страна на сите општествени групи, градејќи на тој начин капацитети на поединците за толеранција, заедништво, одговорност. Преку мерките за економската политика, општеството влијае на подигање на животниот стандард на населението, намалување на сиромаштијата и невработеност, како фактори на незадоволство на одредени општествени групи што подоцна, раководени од чувството на дискриминација, потенцијално стануваат поблиски идеи за потребите за решавање на социјалните проблеми по пат на политичко насилство. Преку унапредување на културата и областа на информирање, општеството настојува да промовира вредности на современата демократска држава како што се принципите на еднаквост пред законот, принципот на недискриминација, принцип на толеранција, принцип на взаемно разбирање, принцип на мирно решавање на судири и сл. Облиците на општествена реакција на тероризам како облик на недозволено однесување се делат на превентивни и репресивни. Од превентивните мерки, освен споменатите, државите на располагање имаат и бројни организациски мерки и мерки за технопревенција. Тие имаат за цел да го унапредат системот со мерки за одвраќање на терористичките активности во фаза на нивна подготовка, намалувајќи го на тој начин процентот на извршени терористички дела. Технопревентивните мерки подразбираат развој и имплементација на технички решенија што можат да влијаат на намалување на проблематичните ситуации. Овие мерки подразбираат употреба на технички достигнувања во процесот на менување на средината, со цел

намалување на можностите за извршување на одредени недозволен активности. Споменатите мерки на социјалната политика, сфатени во најширока смисла, организациски и технопревентивни мерки би требало да претставуваат систем на мерки на општествена реакција на тероризмот што би требало да за резултат имаат спречување, превенирање на тероризмот како општествено опасно однесување. Се работи за превентивни мерки што би требало да делуваат на причините за тероризам, намалувајќи ја основата за негово настанување и развој. Но, сè поголемиот број терористички акти, нивните разновидни форми на изведба и облици, бараат реакција на општеството.³²⁸

2. ТЕРОРИЗМОТ КАКО КРИВИЧНО ДЕЛО ВО НАЈВАЖНИТЕ МЕЃУНАРОДНИ ДОКУМЕНТИ НА ДРУШТВОТО НА НАРОДИТЕ

Тероризмот како правен термин во меѓународно-правните кругови почнува да се употребува на конгресите на Меѓународното здружение за кривично право што преку неколку конференции настојувало да го дефинира тероризмот и да го одреди правниот поим главно набљудуван од аспект на меѓународно кривично дело.³²⁹ На Третата меѓународна конференција во Брисел, во јуни 1930 година, даден е првиот поим за кривичното дело тероризам, чија што содржина опфаќа неколку конкретни однесувања што подразбираат предизвикување општа опасност за животот, здравјето и имотот на луѓето, намерно предизвикан пожар, експлозија, поплава, ширење заразни болести итн. Содржината на ова кривично дело е дополнета на следните конференции што настојувале да го изградат поимот кривично дело тероризам што имал свои специфични објективни и субјективни карактеристики. Овој процес е паралелно со процесот на дефинирање на кривичното дело тероризам во рамките на Друштвото на народите. Тероризмот се споменува во меѓународната агенда уште 1934 година, со атентатот на југословенскиот крал Александар Први и министерот за надворешни работи на Франција, А. Бартуа, кога Друштвото на народите го направило првиот голем чекор, насочен кон инкриминирање на ова злосторство, со разгледување на нацрт конвенцијата за спречување и казнување на тероризмот. Иако Конвенцијата на крајот е усвоена во 1937 година, никогаш не стапила на сила затоа што тероризмот не е прецизно одреден како и поради почетокот на Втората Светска војна, две години подоцна. За понатамошниот развој и дефинирање на тероризмот како кривично дело од значење се првите три членови на Конвенцијата, од кои првиот предвидува обврска за државите да се воздржуваат од помагање на терористички активности што се насочени против интересите на други држави како и обврска за спречување на тероризам што подразбира злосторнички чин што е насочен против некоја држава, а преземен со цел предизвикување терор кон одредени лица. Вториот член на Конвенцијата користи метод на набројување, при исполнување на општите услови кои го претставуваат кривичното дело тероризам. Се работи за:

- Умислени дела насочени против животот, телесниот интегритет, здравјето или слобода на шефовите на држави, личности што се наследници, сопружници на наведените лица, личности задолжени за извршување јавни функции или јавни служби, кога станува збор за дело што било извршено со умисла во смисла на функција или положба што овие личности ја вршат,
- Умислено уништување или оштетување на јавниот имот или имотот што има јавна употреба, е во сопственост или припаѓа на друга висока страна соговорници,
- Умислено дело што по природа доведува во опасност човечки животи со создавање општа опасност,
- Обид за извршување на кривични дела предвидени во наведените одредби од овој член,
- Производство, прибавување, држење и набавување оружје, муниција, експлозивни направи или штетни супстанции со цел извршување во било која земја некое кривично дело предвидено со овој член.

Во третиот член од Конвенцијата пропишани се обврските за државите потписнички во своите национални кривични законодавства да предвидат какво казниво однесување може да се означи како тероризам, а кое однесување е обид, организација, договор, поттикнување или помагање. Иако Конвенцијата никогаш не стапила на сила, таа претставува значаен правен извор што настојува да го одреди тероризмот како кривично дело, во согласност со тогашните прилики, што ги карактеризира причински пристап за

³²⁸ Симеуновиќ, Д. (2009) Тероризам, Београд, стр. 84

³²⁹ Томашевски, К. (1983) Изазов тероризма – проблеми сузбијања тероризма у меѓународној заједници, Београд, стр. 98-125

одредување на кривичното дело, со истакнување на задолжителните субјективни обележја за кривично дело, што мора да се исполнат за да дејството се сфати како теористичко кривично дело.

Ваков начин на одредување на кривичното дело тероризам беше недоволно прецизиран, а проблем е и одредбата за забрана на производство на оружје, муниција и експлозиви затоа што беше нејасна нејзината насоченост – дали се работи за забрана на било кое или само противправно производство на оружје што претставува проблем за државите производители на оружје. Споменатата конвенција ја ратификувала само една држава така што никогаш не стапила на сила, а подоцна дојде и до распад на Друштвото на народите, па понатамошната работа во дефинирање на тероризмот продолжи под покровителство на ОН како универзална меѓународна организација.³³⁰

3. ТЕРОРИЗМОТ КАКО КРИВИЧНО ДЕЛО ВО НАЈВАЖНИТЕ МЕЃУНАРОДНИ ДОКУМЕНТИ НА ОБЕДИНЕТИТЕ НАЦИИ

Создавањето на правни механизми за спречување и казнување на терористичките активности, со уважување на сите тешкотии што го карактеризираат дефинирањето на овој поим, овозможила ОН да определи тн. секторски пристап во идентификување на дела што можат да се означат како терористички, наспроти усвојување на една општа анитерористичка конвенција. Секторскиот пристап во дефинирањето на тероризмот не го одредува поимот тероризам, туку поедини терористички акции се одредуваат како казниви, одбегнувајќи на тој начин создавање на единствена дефиниција. Почнувајќи од 1963 година, во рамките на ОН е создадена правна рамка за спречување на терористички дела што подразбира десетина конвенции и протоколи што на парцијален начин врши криминализација на сите можни видови терористички активности.³³¹ Овие универзални правни инструменти се засновани на осуда на тероризмот, како закана за меѓународниот мир и безбедност. Потпишувањето на споменатите документи создава обврска за државите во своите национални кривичноправни законодавства да предвидат одредени кривични дела и санкции, со цел создавање на ефикасни механизми со кои државите стојат на располагање во спречувањето и казнувањето на кривичните дела тероризам. Целта на секторските конвенции за усогласување на кривичните законодавства на националните држави, кои низ синхронизирана криминализација на терористичкото однесување ќе овозможат избегнување на правдата од страна на сторителите на овие кривични дела и ќе ја олеснат меѓународната соработка на државните органи надлежни за спречување и сузбивање на тероризмот. Документи што се усвоени од страна на ООН во областа на тероризмот се:

Конвенција за сузбивање на кривични дела и некои други акти насочени против безбедноста на воздушната пловидба (Convention on Offences and Certain Other Acts Committed on Board Aircraft) е потпишана на 14 септември 1963 година во Токио, а стапила на сила на 4 декември 1969 година. Се однесува на кривични дела што влијаат на безбедноста на летовите. Има 26 членови. Таа го овластува пилотот да наметне разумни мерки, вклучувајќи и задржување кон било кое лице за кое тој има причина да поверува дека сторило или се подготвува да стори таков акт, кога тоа е неопходно поради заштита на безбедноста на воздухопловите и бара од државите потписнички да го приведат сторителот и да ја вратат контролата над авионот на законитиот командант.

Конвенција за сузбивање на незаконито киднапирање на воздухоплови (Convention for Suppression of Unlawful Seizure of Aircraft) потпишана е 16 декември 1970 година во Хаг, а стапила на сила 14 октомври 1971 година. Има 14 членови. Како кривично дело одредува противправно, со сила или закана застрашување, со цел заплена или остварување на контрола над воздухопловот или обид тоа да се стори. Бара од државите потписнички да предвидат строги казни за споменатите дела, да се придржуваат на правилата како и да даваат помош една на друга во врска со кривични постапки покренати врз основа на Конвенцијата.

Конвенција за сузбивање на незаконити акти вперени против безбедноста на цивилното воздухопловство (Convention for the Suppression of Unlawful Act Against the Safety of Civil Aviation) е потпишана на 23 септември, 1971 година во Монреал, а стапила на сила 26 јануари 1973 година. Има 16 членови, како кривично дело предвидува било каков правен и намерен акт на насилство против лица во воздухопловот во лет, ако таков акт може да ја загрози безбедноста на воздухопловот, поставување

³³⁰ Гаџиновић, Р. (2011) Тероризам у политичкој и правној теорији, Београд, стр. 27

³³¹ Schmid, A. P., Jongman, A. J. (2005) Political Terrorism, New York, стр. 58-60

експлозивна направа во авионот, обид овие дела да се сторат и соучество во делото на лица кои ќе сторат или се обидат да ги извршат споменатите дела. Бара од државите потписнички да предвидат строги казни за споменатите дела, да се придржуваат на правилата како и да даваат помош една на друга во врска со кривичните постапки покренати врз основа на Конвенцијата.

Конвенција за спречување и казнување на злосторства против лица под меѓународна заштита, вклучувајќи дипломатски агенти (Convention on the Prevention and Punishment of Crimes against Internationally Protected Persons, including Diplomatic Agents) е потпишана на 14 декември 1973 година во Њујорк, а стапила на сила 20 февруари 1977 година. Има 20 членови. Го дефинира поимот меѓународно заштитено лице како шеф на држава, министер за надворешни работи, претставници или функционери на држави или меѓународни организации кои имаат право на посебна заштита во странска држава како и членови на неговото семејство. Од државите потписнички бара да казнуваат со соодветни казни, што во предвид ја земаат тешката природа на делото.

Меѓународна конвенција против земање заложници (International Convention Against the Taking Hostages) е потпишана на 17 декември 1979 година во Њујорк, а стапила на сила 3 јуни 1983 година. Има 20 членови. Пропишува дека секое лице кое киднапира, задржи или се закани со убиство, повреди или продолжи да држи друго лице за да натерера трето лице, држава, меѓународна организација, физичко или правно лице нешто да стори или не стори, прави кривично дело земање заложник, во смисла на оваа Конвенција.

Конвенција за физичка заштита на нуклеарниот материјал (Convention on the Physical Protection of Nuclear Material) е потпишана на 26 октомври 1979 година во Виена, а стапила на сила 8 февруари 1987 година, има 23 членови. Криминализира противправно поседување, користење, пренос или крадење на нуклеарен материјал и закана дека ќе го користи за да предизвика смрт, тешки повреди или штета на имот во поголем обем.

Амандмани на Конвенцијата за физичка заштита на нуклеарниот материјал (Amendments to the Convention on the Physical Protection of Nuclear material) потпишани на 8 јули 2005 година во Виена. Ја откриваат обврската за државите потписнички да обезбедат заштита на нуклеарните објекти и материјали во мирновременски услови како и нивно складирање и транспорт. Предвидуваат проширена соработка меѓу државите во поглед на обезбедување брзи мерки за пронаоѓање и враќање на украдениот и шверцуван нуклеарен материјал.

Протокол за сузбивање на незаконити акти на насилство на аеродроми што служат на меѓународното цивилно воздухопловство, потпишан на 24 февруари 1988 година во Монреал. Има девет членови. Ги проширува одредбите на Монреалската конвенција во врска со опфаќањето на терористички акти на аеродромите што служат на меѓународното цивилно воздухопловство.

Конвенција за сузбивање на незаконити дејства, насочени против безбедноста на поморската пловидба е потпишана на 10 март 1988 година, во Рим, а стапила на сила 1 март 1992 година. Има 22 членови. Се воспоставува правен режим применлив на дела против меѓународната поморска пловидба што е сличен на воспоставениот за меѓународното воздухопловство и како кривично дело предвидува противправно и намерно преземање контрола над брод со употреба на сила или закана за употреба на сила, вршење на акт на насилство против лица на број, ако тоа дејство може да ја загрози безбедносната пловидба на бродот, поставување на деструктивни уреди или супстанции на бродот и други акти насочени против безбедноста на поморската пловидба.

Протокол кон Конвенцијата за сузбивање на незаконити дејства насочени против безбедносната поморска пловидба е потпишан 14 октомври 2005 година во Лондон. Ја инкриминира употребата на бродот како средство за извршување на кривично дело тероризам, превоз на материјали подобни да предизвикаат смрт или тешки телесни повреди, превоз на лица што сториле кривично дело тероризам и предвидува процедура во врска со влегување на брод на лица за кои постои сомневање дека сториле кривично дело предвидено со одредбите од Конвенцијата.

Протокол за сузбивање на незаконити дејства насочени против безбедноста на фиксни платформи што се наоѓаат во морското дно (Protocol for Suppression of Unlawful Acts Against the Safety of Fixed Platforms Located on the Continental Shelf) потпишан на 10 март 1988 година во Рим, а стапи на сила на 1 март 1992 година. Има 10 членови. Обврска на државите потписнички е во националните кривични законодавства да се инкриминираат како недозволен активности со кои се загрозува безбедноста на

фиксните платформи или личности на нивната површина. Фиксната платформа се дефинира како вештачки остров, уред или механизам врзан за морското дно, со цел истражување или искористување на природните ресурси или за друга комерцијална употреба.

Протокол во врска со Протоколот за сузбивање на незаконски дејства вперени против безбедноста на фиксните платформи што се наоѓаат на морското дно, потпошан на 14 октомври, 2005 година во Лондон. Востановена е промена во Конвенцијата за сузбивање на незаконски дејства вперени против безбедноста на фиксните платформи што се наоѓаат на морското дно.

Конвенција за обележување на пластични експлозивни заради откривање потпишана во март 1991 година, во Монреал, стапи насила 21 јуни 1998 година. Има 15 членови и Технички анекс што содржи два дела. Усвоена е со цел контрола и ограничување на употребата на необележани пластични експлозивни. Државите потписнички се должни на нивна територија да обезбедат ефикасна контрола над необележаните пластични експлозивни, како и транспорт на необележани експлозивни во рамките на својата и надвор од својата територија.

Меѓународна конвенција за спречување на терористички напади со бомби е потпишана на 15 декември 1997 во Њујорк, а стапила на сила 23 мај 2001 година. Има 24 членови. Го востановува режимот на универзална надлежност за противправна и умислана употреба на експлозивни и други убиствени средства, со намера некое лице да се убие или да му се нанесе тешка телесна повреда, или во намера да се предизвика убиство на некое лице или да му се нанесе тешка телесна повреда или во намера да се предизвика разорување на јавно место. Државите потписнички не можат да одбијат било каков облик на меѓународна кривично правна помош, вклучувајќи екстрадиција на основа на третирање на одредено однесување како политичко кривично дело. Конвенцијата се не однесува на активности на вооружените сили во текот на вооружен конфликт како ниту на активности на воените сили на било која земја спроведени во согласност со своите воени должности, додека се усогласени со одредбите на меѓународното хуманитарно право.

Меѓународна конвенција за сузбивање на финансирање на тероризам е потпишана на 9 декември 1999 година во Њујорк, а стапила на сила 10 април 2002 година. Конвенцијата има 28 членови. Им поставува барање на државите потписнички да преземат чекори за спречување и спротивставување на финансирање на терористи, директно или индиректно, преку групи што тврдат дека имаат хуманитарни, социјални и културни цели или кои се ангажираат во нелегални активности како што се трговија со дрога и оружје. Ги обврзува државите членки да воспостават адекватна нормативна рамка во националните законодавства што би подразбирало одговорност на правни лица за финансирање тероризам. Конвенцијата предвидува идентификување, замрзнување и заплена на средства за терористички активности.

Меѓународна конвенција за сузбивање на дејства од нуклеарен тероризам е потпишана на 13 април 2005 година во Њујорк, а стапила на сила 7 јули 2007 година. Конвенцијата подразбира широк спектар на дејства и бројни можни цели, вклучувајќи и нуклеарни електрани и нуклеарни реактори. Поттикнува соработка меѓу државите во спречување терористички напади по пат на размена на информации и меѓусебна кривично-правна помош. Се занимава со прашањата за кризен менаџмент што подразбира правила, стандарди и процедури за решавање на кризни и пост-кризни ситуации. Сите овие конвенции имаат заеднички основни карактеристики:

- Не даваат сеопфатна дефиниција на кривичното дело тероризам, со заокружена содржина, туку нивниот домет е ограничен на поединечни акти, што даваат само дел од содржината на тероризмот како кривично дело и тоа оној дел за кој конвенциите настанале,
- Го усвојуваат принципот *aut dedere aut iudicare*, што подразбира дискреционо право на државата во сферата на одлучувањето дали ќе преземе кривично гонење или ќе одговори на екстрадициското барање на друга држава,
- Однесувањата што со нив се опфатени може да се преземат и без потребна намера, што претставува субјективно обележје на битието кривично дело тероризам,
- Се ориентирани на спречување на кривични дела тероризам што се одликуваат со елементи на непознавање што подразбира сокривање на сторителот на кривичното дело во странство, пасивен субјект како и лице со странско државјанство или штетни последици од кривично дело што настапиле во странство.

Покрај горенаведените документи, ОН во рамките на Генералното собрание и Советот за безбедност усвоила низа резолуции што претставуваат политички став на членките на ОН за опасноста и потребата од

спречување и спротивставување на тероризмот како кривично дело. Според С. Мијалковиќ и М. Бајгиќ³³² резолуциите во одредена мерка се одраз на нивната волја и тежнеење дека таа свест и желба се конкретизираат и на планот на усвојување на потребните правни мерки со цел понатамошно спречување на ширењето и јакнењето на меѓународниот тероризам како и санкционирање на акти на тероризам во рамките на меѓународното право. Станува збор за следните документи: Резолуција 3034 од 18 декември 1972 година, Резолуција 31/102 од 15 декември 1976 година, Резолуција 32/147 од 16 декември 1977 година, Резолуција 34/145 од 17 декември 1979 година, Резолуција 36/109 од 10 декември 1981 година, Резолуција 38/130 од 19 декември 1983 година, Резолуција 40/61 од 9 декември 1985 година, Резолуција 40/73 од 11 декември 1986 година, Резолуција 46/51 од 9 декември 1994 година, Резолуција 48/411 од 9 декември 1993 година, Резолуција 50/53 од 11 декември 1995 година, Резолуција 49/60 од 9 декември 1994 година, Резолуција 51/210 од 16 декември 1997 година како и документи усвоени од страна на Советот за безбедност после терористичките напади во Њујорк на 11 септември 2001 година: Резолуција бр. 1373 од 28 септември 2001 година, Резолуција бр. 1540 од 2004 година, Резолуција бр. 1566 од 8 октомври 2004 година и Резолуција бр. 1624 од 2005 година.

4. ЗАКЛУЧОК

Споменатите документи ја прават рамката за спротивставување и спречување на тероризмот во рамките на ОН кои не воспоставиле универзална дефиниција за тероризмот. Иако напорите вложени во создавање на правната рамка на наднационално ниво претставува придонес на правата во областа на сузбивање на тероризмот, тие имаат бројни недостатоци и недоследности што можат ефикасно да се отстранат само со усвојување на општоприфатената дефиниција за тероризмот како кривично дело што би резултирало со зголемен степен на ефикасност и операционализација на правните прописи на наднационално ниво.

Бидејќи кривичното право е ограничено со принципот *ultima ratio*, тоа не може самостојно да постигне висок степен на ефикасност во спречување и сузбивање на тероризмот, туку тоа мора да се прави во содејство со други облици на општествена реакција на тероризмот како што се социјалните политики, економските, криминалните политики, културата, информирањето и образованието. Претераните очекувања од кривичното право што се засноваат на утописки претпоставки за силниот ефект на широко поставените и строги инкриминации, можат да нанесат повеќе штета отколку да бидат корисни во справувањето со тероризмот како категорија на кривичното право.

Тежнеењето криминалитетот да се спречи по секоја цена, наметнуваат нова функција на кривичното право, безбедносна функција. Таа служи за остварување на превентивна парадигма што настанува како резултат на настојувањето на државите да спречат тероризам. Некои настојувања отстапуваат од некои начелни кривичноправни принципи, тие се дел од прилагодувањето на кривичното право на нови облици на тероризам. Она што треба да се прифати е рестриктивниот пристап на овие отстапувања, со јасно утврдени граници меѓу потребите за постигнување сигурност, од една страна и слободите и правата на поединецот, од друга страна, со постојан процес на испитување од нужност за ваков превентивен пристап, што излегува од рамките на традиционалното кривично право.

Иако сметаме дека легислативно – техничкиот пристап на моделирање на кривично-правната заштита кај тероризмот, не е таков да не може да му се упати критика, тој е далеку подобар од откажување на државата од правните механизми на заштита и одење во војна против тероризмот. Во однос на традиционалното кривично право, концептот на *enemu criminal law* претставува преодна категорија меѓу традиционално либерално ориентираниот кривичноправен одговор на тероризмот и вон-правните воени механизми на борба против тероризмот. Најсоодветно е да се остане на принципот на традиционалниот кривично правен одговор на тероризмот, иако ограничен има целосен легитимитет. Моделот на обликување на кривично правната заштита од тероризмот усвоен на европско ниво и прифатен од сите држави членки и кандидати за полноправно членство во ЕУ, би требало да послужи како модел за усвојување на една општоприфатена дефиниција на тероризмот како категорија на кривичното право на универзално ниво во рамките на ОН, што би бил услов за сфаќање на тероризмот како меѓународно кривично дело што би било во рамките на основната стварна надлежност на Меѓународниот кривичен суд.

³³² Мијалковиќ, С., Бајгиќ, М. (2012) Организовани криминал и тероризам, Београд, стр. 123-142

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Гаџиновић, Р. (2011) Тероризам у политичкој и правној теорији, Београд
- [2] Гелке, А. (2009) Новата Ера на Тероризмот и Меѓународниот Политички Систем, Магор, Скопје
- [3] Кеча, Р. (2012) ТЕРОРИЗАМ – глобална безбједносна пријетња - Европски дефендологија центар за научна, политичка, економска, социјална, безбједносна, социолошка и криминолошка истраживања, Бања Лука
- [4] Котовчевски, М. (2003) Современ тероризам, Македонска цивилизација, Скопје
- [5] Laqueur, W. (1998) The New Terrorism – Fanatism and the Arms of Mass Destruction, London
- [6] Мијалковић, С., Бајагић, М. (2012) Организовани криминал и тероризам, Београд
- [7] Симеуновић, Д. (2009) Тероризам, Београд
- [8] Schmid, A. P., Jongman, A. J. (2005) Political Terrorism, New York
- [9] Томашевски, К. (1983) Изазов тероризма – проблеми сузбијања тероризма у меѓународној заједници, Београд
- [10] Hoffman, B. (2006) Inside Terrorism (Revised and Expanded Edition), New York: Columbia University Press

A CONCEPTUAL MODEL OF THE PROSTITUTION MANAGEMENT SYSTEM AS AN ELEMENT OF THE NATIONAL SECURITY

Venelin Terziev

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

Nikolay Nichev

Vasil Levski National Military University, Veliko Tarnovo, Bulgaria nicheff@gmail.com

Hristo Bonev

Vasil Levski National Military University, Veliko Tarnovo, Bulgaria hribon1@abv.bg

Abstract: The aim of the article is to analyze the patterns and mechanisms of the functioning of prostitution, human trafficking, activity and structure of the organized crime. The forms regulating the powers of state institutions and organizations influencing the restriction of prostitution in all fields. A strategy for the prevention of prostitution and the establishment of an effective management mechanism and rules guaranteeing the security of the person, society and the state. Active impact on security policy pursued by civil society groups, such as academic institutions, NGOs and human rights groups.

Keywords: prostitution, model, management, national security.

КОНЦЕПТУАЛЕН МОДЕЛ НА СИСТЕМАТА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОСТИТУЦИЯТА КАТО ЕЛЕМЕНТ НА НАЦИОНАЛНАТА СИГУРНОСТ

Венелин Терзиев

Член-кореспондент на Руската академия по естествознание, професор,
доктор на икономическите науки, доктор на науките (Национална сигурност), доктор на науките
(Социални дейности)

Русенски университет „Ангел Кънчев”, Русе, България

Национален военен университет „Васил Левски”, Велико Търново, България

Руска академия по естествознание, Москва, Русия terziev@skmat.com

Николай Ничев

Национален военен университет „Васил Левски“ - Велико Търново, България nicheff@gmail.com

Христо Бонев

Национален военен университет „Васил Левски“ - Велико Търново, България hribon1@abv.bg

Резюме: Целта на статията е да анализира моделите и механизмите на функциониране на проституцията, трафика на хора, дейността и структурата на организираната престъпност. Формите регламентиращи правомощията на държавните институции и организации влияещи за ограничаване на проституцията във всичките и сфери. Стратегия за превенция на проституцията и създаването на ефективен механизъм за управление и правила гарантиращи сигурност на личността, обществото и държавата. Активно въздействие върху провежданата политика за сигурност от страна на групи от гражданското общество като академични институции, неправителствени организации и сдружения за защита на човешките права.

Ключови думи: проституция, модел, управление, национална сигурност.

ВЪВЕДЕНИЕ

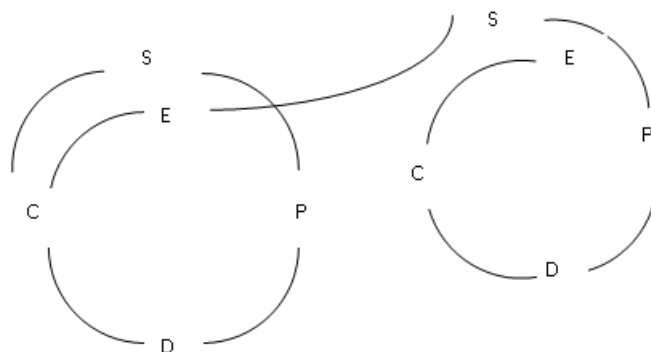
Едно от базовите понятия в методологиите за проектирането на системи за управление на националната сигурност са базовите критерии за оценка на даден процес или явление. Проституцията от

гледна точка на социално-икономическото развитие на обществото се приема като процес, а от гледна точка на социален статус като явление. Основите на параметри на всяка една система от такъв вид са: методологиите и технологиите на жизнения цикъл на обществото и инструменталните средства за развитие на процеса.

Методологията за проектиране на система за управление е свързана с определени стандарти за проектиране, определени методики за проектиране, конкретни технологии за проектиране и използваните инструментални средства за проектиране. Обединяването на методологията и технологията дава жизнения цикъл на система за управление на противодействието на проституцията.

КОНЦЕПТУАЛЕН МОДЕЛ НА СИСТЕМАТА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОСТИТУЦИЯТА КАТО ЕЛЕМЕНТ НА НАЦИОНАЛНАТА СИГУРНОСТ [1-4]

Разработването и въвеждането на основните оценъчни фактори на даден процес се осъществява на основата на идеята за безкрайна и динамична промяна приети и систематизирани показатели и критерии. Това ни дава основание да приемем следната последователност: проучване (study) – планиране (plan) – изпълнение (do) – контрол (check) – оценка и коригиращо действие (evaluate) (Фиг.1).



Фиг. 1. Цикъл на системата за управление S - P - D – C – E

Съдържанието на етап проучване (S) включва изследване на процеса проституция и дефиниране на основните насоки свързани със националната сигурност и ролята на организираната престъпност. Етапа планиране (P) е насочен към определяне на дейностите по превенция на проституцията и разработване на модули за организация и управление от държавните структури и организации. Системата равномерно натоварва двата етапа изпълнение (D) и контрол (C), които проверяват до каква степен са постигнати поставените цели, на етапа коригиращо действие и оценка (E) се отчита изпълнението на поставените задачи. Успешното изпълнение на етапите определящи системата са предпоставка за адаптиране на изискванията за ограничаване на проституцията във всичките и форми, както и регламентиране на правомощията на институциите към съответните отговорности и задължения. Този базов подход се координира с модела за безкрайна динамика на осем приоритетни принципа:

- общо институционални и индивидуално обвързване целите за превенция на проституцията с моралните и етични ценности на обществото;
- плътно доближаване до структурите на организираната престъпност и по-точно определяне на техните дейности, с цел обучение на предохранителните органи в тази насока;
- планиране на извършването на всички дейности „правилно от първия път“;
- приемане на стандарти за оценка равнището на проституцията и определяне на правомощията на институциите и равнището на представянето;
- въвеждане на процес на подобряване организацията и управлението на превенцията на проституцията сред всички нива и форми;

- измерване нивата на проституция и създаване на единен оценителен режим на социално-икономическите показатели и ролята на обществото;

- изисквания за непрекъснато подобряване на превантивните мероприятия свързани с трафика на жени с цел проституиране;

- валидиране на резултатите от дейността на законодателната, изпълнителната и съдебната власт.

Следователно приетата система за управление се основава на три основни критерия: организирана престъпност, трафик на хора и структура на проституцията. Тези три критерия се приемат като база за оценка на проституцията и нейната роля при гарантиране сигурността на гражданите в страната.

Организираната престъпност е процес на целенасочено въздействие, което е насочено към целевата функция на поведението. Следователно по този критерий системите за превенция на проституцията са сложни и динамични и имат поведение и отношения пряко свързани с показателите за управление. Основни елементи за да функционират такъв вид системи трябва да претижават следните елементи:

- субект на управление – изработва и реализира управленското въздействие.

- обект на управлението – управлявания процес, дейност, организация, структура, бизнес и т.н., като във функционален аспект трябва да е налице взаимовръзка на три неща – вход, процес и изход.

- права връзка – чрез нея се реализира субординацията и въздействието върху системата.

- обратна връзка – чрез нея се контролира работата на всеки етап на системата;

- обкръжаваща (околна) среда – всичко, което се приема за фактори влияещи на обекта и субекта за управление.

Приемаме стандартния подход, системата за превенция да има три вида управление:

- психологично управление – регулиране, водене, насочване, насилване: обектът е човек или хора чийто характер е автоматичен т.е. приема първичните команди и извършва инстинктивни действия.

- социално управление – и субектът и обектът са социални елементи и се ръководят техните взаимоотношения.

- финансово управление – управляват се парични потоци от престъпни организации, осъществяващи експлоатация или търговска дейност.

Ролята на организатора на превенцията на проституцията продължава да бъде висока в зависимост от използваните средства. Всяка престъпна организация е сложно организирана система и се определя като “съзнателно координирани дейности на двама или повече души”. За да може да се осъществяват координирани дейности трябва да се изпълнят следните изисквания:

- да има най-малко една цел (т.е. желано крайно състояние или резултат), която се приема от членовете на групата като обща;

- двама или повече членове, които да работят съвместно с намерение да достигнат значимата за всички цел/и.

Такъв вид сложни (съвременни, модерни) организации притежават и други общи характеристики:

- ресурси – хора, капитали, материали, технология и информация;

- зависимост от външната среда – доставчици, закони и държавни органи, потребители, конкуренти, технология, икономически условия;

- зависимост от вътрешната среда – стратегия, цели, структура, задачи, технология, хора, корпоративни интереси и др.;

- хоризонтално разпределение на труда;

- вертикално разпределение на труда.

- Теорията на управление на тази престъпна дейност потвърждава, че един ръководител може пряко да управлява до 8 души, но това зависи от мястото му в иерхичната структура, класификацията на проституиращите, характера на изпълняваните функции в организацията. Във всяка организация за сексуални услуги са налице три вида управленски връзки:

- линейни връзки – изразяват субординацията на управлението, те са регламентирани, задължителни, вертикални, командни;

- функционални – ясно регламентирани и задължителни за спазване.

- на сътрудничество – нерегламентирани, незадължителни, на базата на неформални отношения.

Основните видове структури на управление в престъпните организации за сексуални услуги са:

Линейна структура на управление - всички управленски дейности се изпълняват от един човек. Основни предимства са: точно разграничаване на права и отговорности; надеждни комуникации; подходяща за решаване на рутинни задачи; прости и ясни връзки между управленските нива; възможности за бързо вземане на решения; сводника е изцяло и напълно отговорен за своята работа. Недостатъци: претоварват се изпълнителите и се затрудняват при изпълнение на сексуалните услуги; опасност от конкуренция или навлизане в работния периметър на групировки от по-високо ниво; сводника не е в състояние и не може да реши всички проблеми; трудно приспособимост към изпълнение на нови задачи и отговорности; при отсъствие на сводника или охраната възникват трудности; липсват възможности за развитие; отсъствие на възможности за координация.

Функционална структура - има функционален ръководител – човек, който управлява всички звена, но само в рамките на неговата функция. Има разделение на управленския труд. Предимства: повишава се компетентността на управлението поради по-доброто интелектуално ниво на протитуиращите; по-добро разпределение на финансовите потоци; възможности за специализация и квалификация в дадено направление; обхващат всички функции на социално-икономическия живот. Недостатъци: нарушава се единството на разпоредителство; липса на ясно разграничена отговорност и протитиращите имат по-голяма свобода; сложни връзки и не добра координация при взаимодействие.

Линейно – функционална структура - тази структура съчетава елементи от предходните, като създадените функционални звена се обслужват линейните ръководители. Предимства: повишава се качеството на взетите решения, защото не се взема само от един сводник, а се подготвя от ръководен кръг на престъпната организация; улеснява се работата на линейните ръководители; голяма част от дейността се поема от специализирани в дадено направление организатори. Недостатъци: забавя се процесът на вземане на управленски решения; съществува опасност от прекомерно разрастване на управленски звена.

Изследването на протитицията като елемент от системата за национална сигурност трябва да отговаря на четири условия:

- да се разглеждат свързаните с протитицията явления и свойства, обединени в система, а не да бъдат анализирани разпокъсано и хаотично;
- да се разглежда протитицията като процес, изучаващ развитието и във времето, както и нейното моментно състояние;
- да се търси логика във всички действия, връзки и отношения на които протитицията е функция;
- да се въведе определена степен на абстрактност, т.е. отделяне на същественото от несъщественото, откъсване от емпиричното и конкретното, за да се изградят логически връзки към други области на познанието и да се ползват идеи от тях.

„Протитицията” е едно от най-често употребяваните многозначни съвременни понятия. Поради това наличието на ясни представи е важно условие за правилно осмисляне на проблематиката, концепцията, стратегията и политиката за сигурност. Съществуващият дефиниционен проблем за комплексното и сложно понятие „протитиция”, произтичащ от неговия прекалено широк обхват, позволява различни вариации по темата в зависимост от схващанията и интересите (понякога чисто финансови) на засегнатите участници. Анализът на превенцията ни дава основание да приемем система от свързани, но относително обособени аспекти, във всеки от които съществуват различни условия и действат различни фактори. Самото съдържание на протитицията има многостранни измерения. Естеството на проблематиката изисква да я разглеждаме във връзка с рисковете и заплахите за личността. Така погледнато, тя може да бъде икономическа, социална, демографска, информационна и много други.

Следователно превенцията на протитицията представлява „характеристика на всяка система, изразяваща се в нейната способност да се съхрани при промяна на средата, условията и обстоятелствата, от които зависи; да функционира и се развива оптимално, т.е. при най-малък разход на ресурси да осъществи заложените в нея закономерности и цели”. По-широко разбиране я представя като състояние на обществото и личността, при което съществува опасност от политическа и икономическа принуда, гарантирани са основните интереси на организирани престъпни групи и се използват кризисни състояния на обществената система. Експерти и учени, изкушили се да пишат и говорят за протитицията и сигурността изтъкват, че за тях няма единна дефиниция и в зависимост от различните школи и конкретните изследователски и „финансови” нужди се дава предимство на различни елементи. Това ни дава основание да разглеждаме националната сигурност като сложна обществена система и означава да възприемаме процесите и явленията,

които я съставят в единство, цялост, взаимосвързаност и противоречивост. Основните свойства на такъв вид система са уникалност, слаба предсказуемост, не ентропийност (стремеж към определеност) и целенасоченост:

- уникалност (неповторимост) –системата няма аналози в поведението си като процес или в състоянието като резултат;

- слаба предсказуемост – вземането на решения по отношение на изграждането и функционирането на системата следва да се основава на прогнозата за очакваното състояние на средата към времето за реализация на тези решения;

- не ентропийност (стремеж към определеност на системата) – способността на системата за даден период от време, в определени граници, да запазва основния процес, за който е създадена, да съхранява известна определеност на своите функции и да отстранява последствията от вътрешни и външни случайни въздействия;

- целенасоченост – възможност за функциониране с определена цел, за чието постигане се съсредоточават наличните човешки, материални, енергийни и информационни ресурси, и в интерес на която са насочени действията на всички съставни компоненти като цяло.

Такъв вид сложните системи се подчиняват на общи закони, които изразяват най-съществените връзки и отношенията между компонентите на самата система и на нея със средата. Най-съществените, отнасящи се до управление на превенцията на проституцията, като сложна система, са:

- взаимната адаптация, при която синтезът и динамиката на развитие представляват процес на взаимна адаптация (съгласуване, обвързване, приспособяване) на вътрешните компоненти помежду си и на системата с околната среда;

- зависимостта между структурата и стратегията – на която да съответстват множество стратегии, една от които е оптимална, и обратно, всяка избрана стратегия на поведение и функциониране може да се реализира при множество структури на системата една от които е оптимална, като важно следствие от този закон е необходимостта при анализа да не се изследват изолирано характерът и динамиката на съставните компоненти и на средата, а динамиката и взаимната адаптация помежду им;

- трансформацията на взаимодействие с динамичната околна среда, за да съществува и функционира в равновесие с нея, като по необходимост трансформира своята структура или стратегия от един в друг вид, при това изпреварващо спрямо изменението на средата.

Успешното решаване на задачите по анализ (определяне свойствата на системата по нейната структура и значенията на параметрите) и синтез (определяне структурата и значението на параметрите на системата по зададени свойства) на системата не е възможно да се извърши само с умозрителни оценки на експерти за поведението в различни условия на функциониране. Системологията изисква достатъчно дълбока оценка на поведението и свойствата, а това налага изследване на нейните функционални характеристики: ефективност, надеждност, управляемост, устойчивост, сложност. В системата за превенция има три обекта на сигурността: на личността, на обществото и на държавата.

Сигурността на личността се постига чрез осигуряване на правни и нравствени норми и изграждане на институция, позволяваща развитието на способностите и задоволяване потребностите на всеки.

Сигурността на обществото означава развитие на институти, норми и обществено съзнание с цел реализация на правата и свободите на всички групи от населението.

Сигурността на държавата означава наличие на ефективен механизъм за управляване и координиране на обществените групи и политически сили, а също и на действени институти за тяхната защита. В структурите на тези институции, които държавата е създавала, са втъкани не ведомствени, а национални интереси.

Посочените структурни елементи, взаимодействайки със среда на субекти на историческия процес (личност, семейство, общност от хора) да имат равни права и да могат да го придобият само чрез осигуряване на това право за всички. Безопасността не може да се ограничава с отделна област на човешката дейност (политическа, икономическа и социална), а органично да свързва всички области в единно цяло. Съзнателен отказ да се изхожда само от един принцип, една основа, един източник на сигурност. Създаването на система за интегрална сигурност е нов модел за не насилствен свят, в който безопасността на всяка страна и на човечеството като цяло може да бъде осигурена само чрез съвместните усилия на всички държави и политически сили. Ценностите, които трябва да бъдат спазвани при създаването и служат

като компас за посоката и са стандарт кое е добро и правилно. Така те са и разграничителна линия, която да не може да бъде преминавана.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сигурността се възприема като все по-интегрално понятие, като състояние на света, региона, страната, обществото, отделните общности и отделните граждани, позволяващо им пълна реализация на свободата и способностите им в условията на правовата държава. Авторите наблягат изрично върху стабилното развитие на администрацията, икономиката и гражданското общество. След това идва ред на темата за стратегията за превенция на проституцията, полицейската практика или международните отношения. Гражданското общество е важно за процеса на демократизация и е неин пряк израз. Групи в гражданското общество като академични институции, неправителствени организации и сдружения за защита на човешките права и ориентирани към въпроси на външната и вътрешна политика, могат да се стремят към активно въздействие върху провежданата политика за сигурност. В този смисъл тя е неделима от битието на гражданите и е критерий за състоянието на гражданското общество и реално представлява състояние на законност, при което са защитени животът, свободите, здравето и имуществото на хората от заплахи от технически или комбинирани вредни фактори, битови инциденти, както и от нарушения на обществения ред.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Терзиев, В., Ничев, Н., Бонев, Х. Историко-Психологически аспект на проституцията и ролята и за националната сигурност. // Технически колеж – Ловеч, Научна конференция, 26 май 2017, 2017, ISSN 2535-079X, стр.179-184.
- [2] Терзиев, В., Ничев, Н., Бонев, Х. Изследване на историко-психологическия аспект на проституцията и ролята и за националната сигурност. // Технически колеж – Ловеч, Научна конференция, 26 май 2017, 2017, ISSN 2535-079X, стр.185-190.
- [3] Терзиев, В., Ничев, Н., Бонев, Х. Особености и характеристика на проституцията в България-съвременно състояние и връзка с националната сигурност. // Международна научна конференция „Проблеми на сигурността в Черноморския регион“, 2017, Висше училище по сигурност и икономика - гр. Пловдив, 2017, стр. 213-223, ISBN 978- 619 -7343- 09- 0.
- [4] Терзиев, В., Ничев, Н., Бонев, Х. Съвременно състояние на проституцията и връзка с националната сигурност. // Международна научна конференция „Проблеми на сигурността в Черноморския регион“, 2017, Висше училище по сигурност и икономика - гр. Пловдив, 2017, стр. 224-234, ISBN 978- 619 -7343- 09- 0.

CHARACTERIZATION OF THE SYSTEM OF PREVENTION OF PROSTITUTION AND THE CONNECTION WITH THE CITIZENS SECURITY OF BULGARIA

Venelin Terziev

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

Nikolay Nichev

Vasil Levski National Military University, Veliko Tarnovo, Bulgaria, nicheff@gmail.com

Hristo Bonev

Vasil Levski National Military University, Veliko Tarnovo, Bulgaria, hribon1@abv.bg

Abstract: The article analyzes the factors, methods and means of preventing prostitution, which lead to crime reduction and the increase of citizens' sense of security. The role of the Ministry of Interior and the judicial system are the key factor in the fight against organized crime and the detection of committed crimes. Crime prevention is among the priorities of the law enforcement system. Any deterrence of criminal activities through policies and actions reduces the potential and conditions for unlawful acts. The penalty justice system is perceived as a major step in the crime prevention and reduction. The qualitative preventive action to counteract prostitution at European, national and local levels requires the unification of the efforts of state authorities, local authorities, the private sector and voluntary organizations. The development of prostitution prevention activities in Bulgaria is subordinated to the different aspects of this activity at European level. The level of security in the European Union is a direct obligation of national law enforcement agencies.

Keywords: prevention, prostitution, security, citizens.

ХАРАКТЕРИСТИКА НА СИСТЕМАТА ЗА ПРЕВЕНЦИЯ НА ПРОСТИТУЦИЯТА И ВРЪЗКАТА СЪС СИГУРНОСТТА НА ГРАЖДАНИТЕ НА БЪЛГАРИЯ

Венелин Терзиев

Член-кореспондент на Руската академия по естествознание, професор,
доктор на икономическите науки, доктор на науките (Национална сигурност), доктор на науките
(Социални дейности)

Русенски университет „Ангел Кънчев”, Русе, България

Национален военен университет „Васил Левски”, Велико Търново, България

Руска академия по естествознание, Москва, Русия, terziev@skmat.com

Николай Ничев

Национален военен университет „Васил Левски“ - Велико Търново, България, nicheff@gmail.com

Христо Бонев

Национален военен университет „Васил Левски“ - Велико Търново, България, hribon1@abv.bg

Резюме: Статията анализира факторите, методите и средствата за превенция на проституцията, които водят да намаляване на престъпността и увеличаване чувството за сигурност на гражданите. Ролята на МВР и органите на съдебната власт са основен фактор на борбата с организираната престъпност и разкриването на извършените престъпления. Превенцията на престъпността са сред приоритетите в правоохранителната система. Всяко възпиране на криминалните прояви чрез политики и действия намалява потенциала и условията за противоправни деяния. Като основна стъпка за предотвратяването и намаляването на престъпленията се възприема системата за наказателното правораздаване. За качествена превантивна дейност за противодействие на проституцията на европейско, национално и местно изисква обединяване

усилията на държавните органи, местната власт, частния сектор и доброволни организации. Развитието на дейностите за превенция на проституцията в България е подчинено на различните аспекти на тази дейност на европейско ниво. Нивото на сигурност в Общото европейско пространство е пряко задължение на националните правоохранителни органи.

Ключови думи: превенция, проституция, сигурността, граждани.

ВЪВЕДЕНИЕ

Един от стандартните подходи за вникване в същността на понятията „организирана проституция” предполага последователно изясняване на двете съставки „организирана” и „проституция”. Организацията е качествена характеристика и в управлението на даден процес се разглежда като съвкупност от хора, дейностите на които съзнателно се координират и направляват за постигнати на определени цели. Основните елементи в тази система подлежат на регламентиране и функционира в съответствие с правни норми, регламенти, правила и процедури. Разглеждането на проблема по този прит подход ни дава основание да използваме няколко смислови постановки, които можем да обединим в три групи:

Атрибутен аспект - организацията на тази престъпна дейност може да се разглежда в смисъл на степен на подреденост, като направените изследвания доказват по недвусмислен начин строгите правила на действие, които в случай на „пробив” в системата се стига до фатален край (смърт или тежки наранявания);

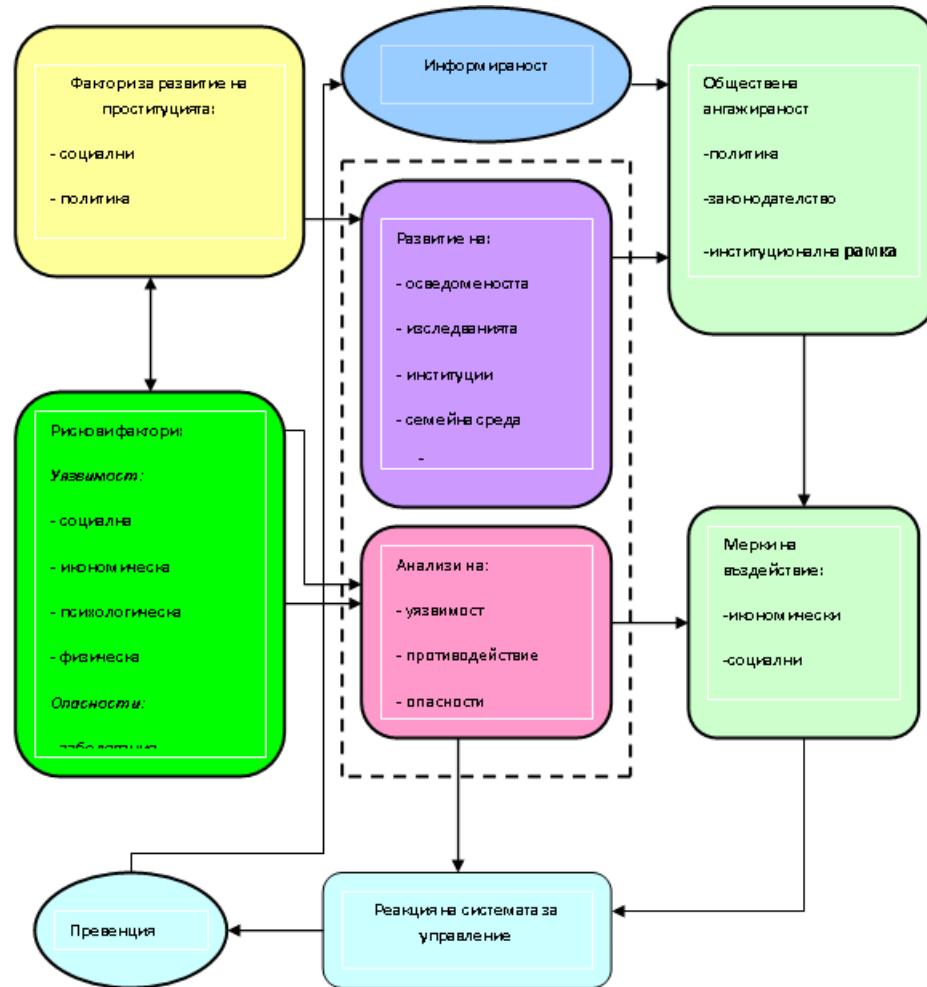
Предметен аспект – организацията се разглежда като система със свой строеж и специфични функции;

Функционален аспект – изясняват се механизмите на функциониране и развитие на обекта на управление.

ХАРАКТЕРИСТИКА НА СИСТЕМАТА ЗА ПРЕВЕНЦИЯ НА ПРОСТИТУЦИЯТА И ВРЪЗКАТА СЪС СИГУРНОСТТА НА ГРАЖДАНЕТЕ НА БЪЛГАРИЯ [1-4]

Общата превенция като функция на наказателното право се осъществява предимно от правоприлагащите институции – МВР и органите на съдебната власт. Системата на наказателното правораздаване възприема като основна стъпка предотвратяването и намаляването на престъпленията. Действията за превенция целят снижаване първоначалното извършване на престъпления, за да се пресече възможността за други (Фиг.1.).

Анализа на Фиг.1 ни дава основание да приемем хипотезата, че полицията във всички държави има задължението да охранява закона чрез намеса в случващи се или предстоящи престъпления и чрез отговор на вече извършени престъпни деяния. В чл.7, т. 4 от ЗМВР (в сила от 1 май 2006 г.; посл. изм., ДВ, бр.88 от 9 ноември 2010 г.) превантивната дейност е посочена след основните дейности на МВР. В правоохранителната система предотвратяването на престъпления означава по-малко осъдени, по-малко разходи за тяхното разкриване и за цялата наказателна процедура, от което печели обществото. Превенцията е не само законово регламентирана, но и неизменно присъства сред приоритетите на МВР.



Фиг. 1. Структура на системата за организация и управление на превенцията на проституцията.

Превенцията на проституцията развива всички мерки, които водят до намаляване на престъпността и увеличаване на чувството за сигурност на гражданите – чрез пряко възпиране на криминалните прояви или чрез политики и действия, които намаляват потенциала и условията за извършване на престъпления. Такова определение за превенция излиза далеч извън функциите на наказателното право и цели широк комплекс от политики за превенция на престъпността. Повечето престъпления и свързаните с тях проблеми не са само обекти на контрол и репресия. Днес вече е официално прието разбирането, че корените на престъпността и начините на противодействие срещу нея са дълбоко социални и обхващат най-различни престъпления и свързаните с тях проблеми не са само обекти на контрол и репресия. Съвременната философия на превенцията излиза извън традиционните правоохранителни мерки. Разбирането е, че превенцията на престъпността следва да включва широк кръг участници – гражданското общество, представено от неправителствения сектор, представители на бизнеса и др.

Също така решението на проблема на престъпността може да произтича от решаването на други обществени проблеми. Естествен път на мислене е да се предотвратява настъпването на отрицателни събития или процеси вместо да се отстраняват и да се преодоляват последиците от тях. Сравнителният анализ на състоянието на превантивната дейност показва, че у нас нейните аспекти не са разгърнати в целия им обем. Невинаги можем да констатираме приоритетно предсъбитийно вместо следсъбитийно реагиране.

Следователно проблема на управление изисква извеждане на превантивната дейност на ниво на планиране, системност и мащабност, които да я изместят от следсъбитийното реагиране. Обемът на превантивната дейност изисква обединяване усилията на държавните органи, местната власт, частния сектор и доброволните организации за качествена превантивна дейност и реализиране на политика за превенция на проституцията на европейско, национално и местно ниво. Представителите на бизнеса и на неправителствения сектор могат да дадат своя принос за намаляване числеността на лицата от рисковите групи чрез включването им в различни проекти и програми за заетост.

Демократизирането на обществото гарантира свобода на движение и право на установяване. Но то изисква и засилено полицейско сътрудничество, особено в контекста на борбата с организираната престъпност, както и въвеждане на съвременни подходи за превенция на престъпността. Дефицитът на сигурност, който може да настъпи след отпадане на контрола на вътрешните граници, при спазване на принципа за свободно движение на хора, стоки и капитали, налага изпълняване на необходимите компенсаторни мерки за неговото преодоляване. Нивото на сигурност в Общото европейско пространство е задължение и пряка функция от усилията на националните правоохранителни органи. Актуалността на въпроса за съвременните аспекти на превенцията на проституцията се поставя с особена острота днес, когато усилено се говори за необходимост от съкращения на администрация и полиция, а в същото време гражданите очакват услугата „сигурност“ от оправомощените държавни органи. Щатната численост на МВР показва относително голям брой полицейски служители спрямо някои други европейски страни. Но не отчитаме, че определени функции за превенция, които в отделни страни са поети от общински, граждански или други организации на широката общественост, у нас са оставени на полицията и МВР. Като пример могат да се посочат социални услуги, изразяващи се в специализирана работа за превенция на асоциалното поведение и престъпления, извършвани от деца или от определени целеви групи, включително лишени от свобода и др. Важен инструмент за справяне с престъпността са превантивните действия. Публичночастният подход трябва да е водещ в изграждането на превантивната политика на държавата.

Партньорството като средство е договореност между институциите, чиято основна цел е да преодолее недостатъците на разделението на труда при справянето с редица социални и други проблеми, където дейностите на тези институции се пресичат. При партньорството компетенциите за въздействие върху отделен проблем се преразпределят или се създават нови взаимовръзки. Развиването на дейностите за превенция на проституцията в България е подчинено на различните аспекти на тази дейност на европейско ниво, в съответствие с Европейската стратегия за превенция на престъпността. Моделът на децентрализация в областта на сигурността се прилага в някои европейски страни – например Германия, и дава много добри резултати в осъществяване на превантивната дейност. Задачата и ролята на академичните среди при планиране и оценяване успешността на политиките за превенция е да се анализират и разкриват причините за появата на различните форми на престъпност, както и да се оценяват успешни проекти, да се предлагат модели и утвърждават.

От направените изследвания и събрания статистически материал следва, че България е страна, от която тръгва, но и през която преминава трафик на жени с цел проституция. По данни на Европейския център за превенция на престъпността 80-90% от трафика в Европа е с цел сексуална експлоатация. В действителност няма достатъчна информация, какви данни са използвани, за да бъде направена и какъв е модела за оценка. Също така е наивно да се смята, че дори броят на жертви да е бил такъв за даден периода то той не е останал еднакъв през всичките тези години. По-новите оценки за превенция и контрол над престъпността броят на жертвите на трафик в България годишно е между 3000 и 4000 души. Малкото по-достоверни са данните за трафика включващи броя на случаите на пострадали, идентифицирани от полицията или потърсили помощ от неправителствена организация в България или в чужбина. Такива данни са използвани и в този преглед на трафика в България. По данни на Регионалния център за противодействие на трафика на Пакта за стабилност в Белград (РЦ) жертвите – български граждани и чужденци, които са получили помощ в България между 2000 и 2003 г., е поне 423. От тях 352 са български, а 71 – чужди граждани. Българските граждани са предимно жени и момичета, които доброволно са се върнали в България с помощта на програми за помощ и подкрепа, както и жени и момичета, идентифицирани като жертви от полицията по време на нейни акции в страната, в която са пребивавали. Данните, изнесени от РЦ, представляват минимална оценка и са близки до тези, събрани и публикувани през 2005 г. от Международната организация по миграция (МОМ), които са най-изчерпателните до момента за

регистрирани случаи на трафик в България. Според МОМ броят на жертвите – български граждани, идентифицирани и подпомогнати в България между януари 2000 г. и 31 декември 2004 г., е 620, а на чуждите граждани, идентифицирани за същия период в България, е 86.

Освен жертвите идентифицирани в България се получават и данни чрез партньорски организации в чужбина, като 485 са българките станали жертва на трафик и получили помощ между началото на 2000 и май 2002 г., а 21 жени и момичета са получили помощ в Италия през 2002 г. Следва също да се добави, че за периода от 2003 г. до края на първото полугодие на 2005 г. Националната следствена служба на България (НСЛС) работи по 60 следствени дела за трафик на хора и по 56 следствени поръчки, възложени от съдебните власти на чужди държави. Съответно почти половината от следствените поръчки са от трите страни, за които има данни – от Белгия са 6, от Германия – 8, Холандия – 19.

По данни за жертвите на трафик, които са се обърнали към кризисния център на организацията за помощ повече от веднъж през 2003, 2004 и 2005 г., може да се направи опит за приблизителна оценка на годишния поток на пострадали от трафик, които идват от България. Като се използва методът на засичане~повторно засичане или хващане~прехващане, може да се направи следната оценка: изчислява се, че през 2003 г. жертвите на трафик с цел сексуална експлоатация са най-малко 267, а през 2004 г. – поне 275. Тъй като липсват данни за повторни посещения само от един център за помощ на пострадали в България, тези цифри следва да се прибавят към резултатите, получени на базата на данни от други организации, за да се получи много приблизителна оценка за размера на трафика на жени с цел проституция от България. Така направена, оценката остава непълна, тъй като няма точна информация, колко пострадали се обръщат за помощ към други организации като цяло и дали при тях е имало повторни посещения. Ако се съпоставят данните за общия брой на идентифицираните жертви на трафик, може да се изчисли, че жертвите на трафик са приблизително 1436 за 2003 г. и 781 за 2004 г. Отново става дума за много приблизителна оценка, която приема, че динамиката на посещенията в различните центрове е близка. Ако това не е така и като се отчита, че не всички данни от Белгия, Германия и Холандия са включени, числото може да бъде от порядъка на няколко хиляди жени и момичета, каквато е оценката на Европейския институт за превенция на престъпността – 3000-4000 годишно.

Управлението при операции в отговор на ограничаване на проституцията е съвкупност от принципни решения и мероприятия с различен характер, които се свеждат до:

- наблюдаване на рискови фактори за развитие на процеса;
- анализиране и ранно предупреждение на рисковите групи;
- определяне целите на управлението в конкретната ситуация;
- разработване на планиращи документи за използване на националните сили и средства и за взаимодействие с международни институции;
- подготвяне на решения, организиране и ръководене на действия и контрол над резултатите от управлението в хода на превенцията;
- подготвяне и осъществяване на стратегия (програма) за възстановяване след приключване на събитието;
- анализиране на проституцията като процес и ефективността на мерките, предприети от институциите и органите;
- планиране на националната система за управление при операции в отговор на ограничаване действието на престъпни организации, предприемане на мерки за подобряване на жизнения статус на потърпевшите.

Националната система за управление на превенцията при проституция (НСУПП) следва да гарантира:

- подготовка на населението и неправителствените организации за мероприятия при възникване на събития с различен сексуален характер;
- запазване и оптимизиране съществуващите елементи на системата за управление;
- разработване на механизми за дейност на органите за управление в интегрираната система за управление;
- осигуряване на съвместимост с механизмите за управление в международен аспект.

Управлението на такъв вид сексуална дейност е способността на правителството, държавната и местната администрация чрез създадената ефективна управленска структура за планиране и координиране да изпълняват функционалните си задължения, като ръководят дейността на държавните органи и средства за управление и насочват и координират действията на неправителствените органи и организации в областта на управление при превенция на проституцията. Във всяко ведомство да се формира административно звено от ръководни и експертни кадри, за които подготовката и участието в управлението на сексуалните процеси е основно функционално задължение. Подготовката на такъв вид органи за управление се извършва по единен замисъл от национални, ведомствени, областни, общински и обектни планове. Основните цели на управлението да са:

- повишаване на способностите за превенция, въздействие върху възникващото напрежение и предотвратяване на възможни негативни последици от сексуално насилие;
- ефективно управление при възникнало насилствено действие за сексуална експлоатация;
- разработване на планове, механизми и мероприятия за намаляване въздействието на насилие и преодоляване на последиците от него;
- съвременна гражданска и психологическа подготовка за провеждане на операции в отговор на възникнали насилствени действия със сексуална експлоатация;
- поддържане на способности за поставяне на сексуалното насилие под контрол и управляване на процесите за връщане към състояние на психологическа стабилност.

Тези цели се постигат, чрез създаване на система от органи, механизми, сили и средства, насочени към решаването на следните задачи:

- предварителна подготовка на държавните институции и системата за управление в обстановки, т.е. „превенция“;
- неутрализиране или намаляване на рисковите фактори, т.е. „корекция“ в действията свързани с неутрализиране на престъпни групи;
- овладяване на трафика на хора и предотвратяване на разпространяването на сексуални действия, т.е. „противодействие“;
- намаляване интензивността на сексуалната експлоатация с цел социално-икономически причини, т.е. „редукция“ на трудовия пазар;
- ликвидиране на последиците, планиране и провеждане на мероприятия за предотвратяване на нова сексуална експлоатация, т.е. „реконструкция“.

Прилаганите процедури, материалната, комуникационната и информационната база и органите, които ги осигуряват и използват, както и силите и ресурсите формиращи механизма за провеждане на операции в отговор на насилствената сексуална експлоатация. Ефективността на механизма зависи от организацията за провеждане на незабавен и непрекъснат процес на координиране както между компетентните - държавни ведомства и органи, така и с международните агенции и отделни държави. Проблемът за ефективността на механизма се решава, като се валидизират трите основни проблема:

- създаване на организация в рамките на териториалните единици (области, общини и кметства) и изграждане на структури за сексуална просвета и превенция сред подрастващите и рисковите социални групи;
- изграждане на надеждна и сигурна система за превенция на проституцията и координиране дейности с международните структури и организации;
- поддържане режимът на информационна база и координиране работата с организирани престъпни групи участващи в дейности свързани със сексуална експлоатация.

Разработената в страната нормативната база в не достатъчна степен позволява да се осигури решаването на тези проблеми. Факторите които ги обуславят са много, но биха могли да се решат единствено при ясна и точна координация между всички структури, които са елемент от Националната система за организация и управление на проституцията като социално-икономическо явление.

Комуникационно-информационни технологии осигуряват управлението при операции както от съвременното, надеждно, защитено и всестранно управление на информационните източници, потоци и потребители, така и от степента на свобода за достъп и ползване на информацията. Тези две зависимости са противоположни, затова единството им е въпрос на решение и качествено осъществяване от ръководителя

на провеждащата се операция в отговор на престъпни действия. Комуникационно-информационната система се изгражда на базата на мрежите на далекосъобщителните оператори и на обособените мрежи на Министерството на вътрешните работи, на централните и териториалните органи на изпълнителната власт и на другите държавни агенции и комисии, изпълнителни агенции и други държавни институции, имащи функции за осъществяване на изпълнителната власт. Основна нейна задача е обмен на информация между центровете за управление рамките на НСУПП.

За наблюдаване, анализиране и оценяване на риска и потенциално опасните обекти и дейности в органите за управление се изграждат и поддържат системи за ранно предупреждение, които осъществяват информационен обмен с колективните системи за управление и ранно оповестяване на партньорите. За целта е необходимо да се обединят техническо и технологично състояние на използваните в страната информационни системи и системите за ранно предупреждение и оповестяване на национално и местно равнище. Проведеното изследване показва, че от гледна точка на възможностите за привеждане в съответствие със съвременното ниво на информационните технологии е необходимо интегриране в единна комуникационно-информационна система за наблюдения и оповестяване – за действието на организирани престъпни групи извършващи насилствени действия и сексуална експлоатация. С интегрирането на системите се създава на единна информационна картина за превенция на проституцията и се появяват възможности за:

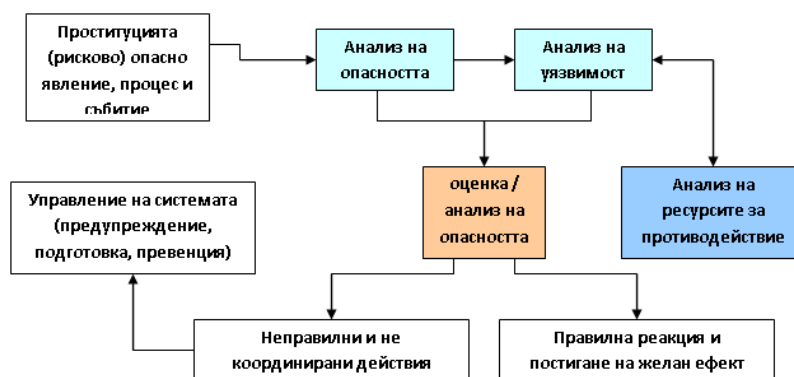
- координиране действията на всички министерства, техни структури, организации, ведомства и фирми за превантивни и възстановителни мерки при събития с такъв характер;
- оперативно взаимодействие с аналогичните системи на съседни страни;
- своевременно, ясно, еднозначно и точно уведомяване на обществеността за произтекли събития и процеси;
- съкращаване на времето и разходите при превенция и преодоляване на последици от възникнали събития;
- предотвратяване разрастването на последствия от събития с нежелан характер, опазване на населението и намаляване на човешките и материалните загуби от произтекли събития.

Изходите от критичните ситуации и фази са внезапни, а ефективното управление изисква пълен контрол, информация и достатъчно време за реагиране. Вътрешните трудности са недостатък на волята, характера, некомпетентното умение да се налагат отношения и да се управляват сили и средства. Външни трудности са съпротива на хора и обстоятелства, конкуренция, страх от предстоящи трудности и други. Управлението на операции в отговор на противодействие за сексуално насилие и експлоатация изисква ясно представена цел и готовност да се преодолеят всякакви трудности, защото няма безизходни ситуации и неразрешими задачи.

Инструменти за управление при операции в отговор на насилствена сексуална експлоатация. Основни белези при дефиниране на операциите са комплексност, уникален характер, отражение върху множество елементи на средата, развитие с голяма бързина, висока степен на не предсказуемост и висока степен на риск. Управлението се базира на следните подходи: комплексен, процесно ориентиран и централизиран. Елементите на управлението в операции в отговор на сексуално насилие включват:

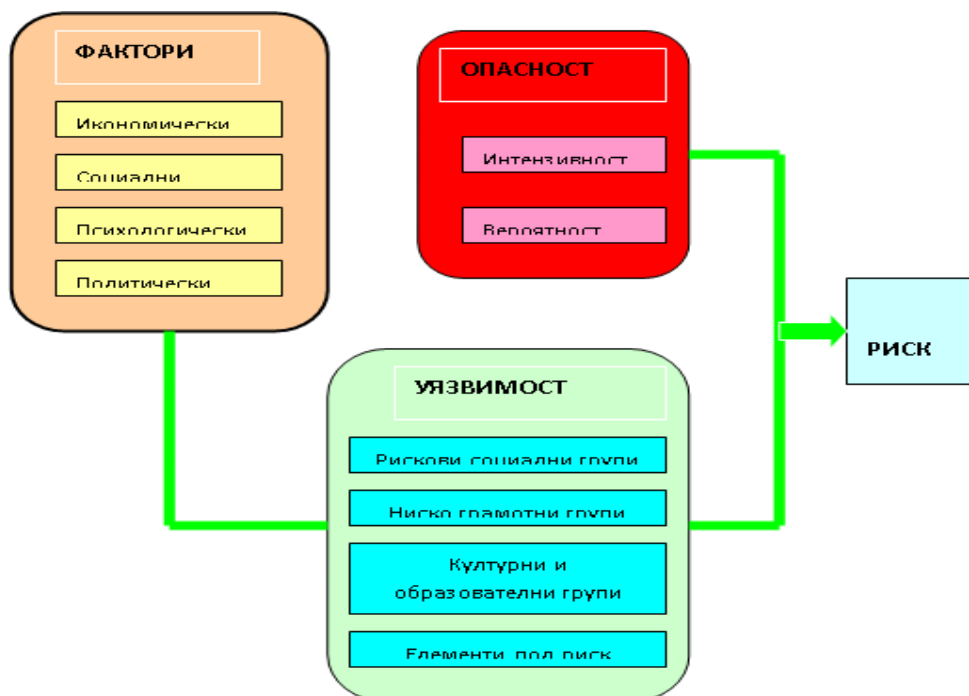
- осигуряване на навременна и точна информация за същността и обхвата на ситуацията;
- информация за статуса на наличните ресурси;
- консолидиране на информацията;
- координиране действията на структурите на национално равнище;
- координиране на действията на над национално равнище при трафик на хора с транс граничен характер;
- осигуряване на комуникацията между държавните структури и неправителствения сектор.

Етапите са: мониторинг; идентифициране на опасността; управляване и овладяване на криминалната ситуация; заключителни действия (Фиг.2).



Фиг. 2. Методологична рамка на функциониране на системата.

Анализът на Фиг.2 показва, че приоритетите са, на първо място, запазване живота, здравето и сигурността на хората, след което се минимизират вредните последици. Ключовите фактори се групират в областите ресурси, инфраструктура, време, информационно превъзходство. Гледните точки за работа са в съответствие с организацията и процесите. Аспекти, които следва да се отчитат, са оперативен анализ, структуриране, Основните данни, които се използват при разчетите, са свързани със стандартни ресурси, организационни структури, планове, мрежови графици, етапи и текстове. Чрез компютърни симулации на базата на стратегически анализ и на оперативно ниво могат да се получат добри предварителни резултати за подготовката на елементите от системата. Планирането, което се извършва, е предварително – свързано с превантивните мерки; в реално време, когато се прилага в практическа ситуация, задължително в диалогов и/или друг вид режим. Обектите на планиране са време, ресурси и капацитети. Съществен елемент от планирането е балансирането на капацитетите. Планирането на времето е целесъобразно да става по видовете данни, поддържани от системата: твърди (фиксирани), прогнозни (планирани), актуални (реални), автоматични (детерминирани) (Фиг.3).



Фиг. 3. Схема на взаимните връзки на системата за управление.

Съгласно анализа на връзките на Фиг.3 видовете капацитети са нива (количества) за материалното осигуряване на процесите, капацитети на техническите и помощните средства, човешки ресурс. Планирането на капацитетите е на база дейност, ресурс и прогноза. Балансирането им се постига по три способа: оценяване на ситуацията в реално време, оптимизиране на изискванията, симулативно проиграване и инкорпориране на вариантите. При планиране на ресурсите се различават следните видове: суровини, продукти, услуги (труд), технически средства, човешки ресурс, финансови средства и др. Обхватът и дълбочината на планирането са в зависимост от обхвата и степента на интегрираност на системите и включва основен запис за всеки вид ресурс; присъединяване на ресурси; блокиране на ресурси; поддържане на неснижаем остатък от ресурси. Информационната система извежда следните видове данни и справки:

- исторически (архивни) данни;
- предварително дефинирани справки, отчети, анализи;
- разрез и детайлност, съобразени с правата и нуждите на потребителя;
- различни видове представяния на данните (табличен, графичен);
- вградени инструменти за създаване на справки без писане на код;
- дефиниране на правата за достъп до информацията и висока степен на защита;
- връзка с външни системи;
- система за алармиране;
- персонализиране на информацията.

Подготовка на ръководителя (лидера) в управленския процес е един от основните въпроси в операциите в отговор на цялостната подготовка на управленския процес при овладяване на ситуация. Етапите, през които се преминава в управлението на операциите са пряко свързани с управленските умения на лидера. Направен е анализ на лидерските умения, необходими за всеки етап от управлението при превенция на проституцията.

Етап 1 – „Наблюдение на рисковите фактори, ранно предупреждение и предварително прогнозиране на развитието на събитието”. Обхваща дейностите за събиране, обработване, обобщаване и сравняване на получената информация, както и подготвяне на предварителна прогноза за развитие на следствената процедура. Все повече е наложително на този етап да се извърши оценяване на риска от развитие на събитието и възможните последици от неговото действие. Всяко стабилно състояние може да бъде дестабилизирано от съществуващите предизвикателства, рискове и заплахи. Дестабилизирането започва, когато от дадено предизвикателство, поради неефективно въздействие, се стигне до активиране и то се превърне в риск и заплаха. Лидерските умения се изразяват в запазване на стабилността.

Етап 2 – „Оценяване на ситуацията и възможните алтернативи за реагиране”. Този етап е ключов за процеса на управление при операции в отговор на сексуални насилия. Характерни дейности са провеждане на експертен анализ на ситуацията, изготвяне на възможни прогнози за развитие на обстановката, политикоикономическа оценка на ситуацията, набелязване на варианти за реагиране, сравняване и оценяване на различните алтернативи, избиране и утвърждаване на вариант за реагиране, издаване на постановление (директива, заповед) за начало на планиране на операция за реагиране в отговор на криминалните действия. От значение през тази фаза е да се привлечат колкото може повече експерти в отделните области, които да подпомогнат лидера и органите за управление за изготвяне на реалистична оценка на ситуацията и най-приемливия вариант за реагиране. Например могат да се привлечат експерти не само от МВР, институтите за изследване на общественото мнение и сигурността, и др., но и от областта на науката и технологиите, специалисти по социология, психология, дипломати, финансисти, политолози и т.н. Гледната точка на ръководителя е, че това е вземане на решение при извънредни обстоятелства, които могат да имат съдбоносни последици за личността и обществото.

Етап 3 – „Подготовка и утвърждаване на планове за реагиране на деянието”, може да протече различно, в зависимост доколко ситуацията отговаря на предварително изготвените планове за реагиране. Във всички случаи обаче тук се включват дейностите дефиниране на мисията (мисиите) на операцията; анализиране на текущите способности за нейната реализация; планиране осигуряването на мисията; планиране на спомагателни мисии. Планове за реагиране се обобщават в концепция за реагиране на криминалното деяние и/или оперативен план/планове. Във всички органи и нива на управление в хода на предварителното планиране, на основата на възможните сценарии и на способностите, следва да се разработят планове за реагиране на всички възможни ситуации. Ето защо в случаите, когато естеството на

събитието изисква незабавна реакция, близка до тази в предварително изготвените планове, се прави само кратък анализ на варианта за действие и корекция в плана за реагиране при необходимост, след което се прилагат мерките или се провежда операция за реагиране в отговор на насилствените действия. Във всички случаи незабавно се пристъпва към провеждане на всички посочени дейности като непосредствено планиране за реагиране при създадената ситуация. Така се съвместяват двете фази на планиране и на реагиране в отговор на криминалното действие. Организационният подход при управлението изисква изграждане на рамка на правомощия, установяване на връзки между центровете за вземане на решения, създаване на група за критична информация, създаване на правила и проиграване на практика.

Изграждането на рамка на правомощия означава да се постигне съгласувана дефиниция на процеса на управление, както и ясно очертани правомощия и задължения (за предпочитане в писмен вид) и връзки между центровете за вземане на решение, да се изградят система и мрежи за ефективно сътрудничество и да се развие готовност за мобилизация на силите за една обща кауза.

Превенцията се свързва с предвиждане на потенциални ситуации, поддържане на пълна осведоменост за потенциалните обективен анализ на информацията за развитието на събития, които биха могли да доведат до криза, и конструктивна намеса в пред кризисни ситуации.

Реагирането е основният елемент от дейността на лидера и обхваща следните елементи:

- осмисляне на ситуацията;
- преодоляване на първоначалния шок;
- избягване загубата на доверие;
- активиране на мрежите и групите за критична информация;
- формулиране на позиция;
- разработване на план за действие;
- мобилизиране на вземащите решения.

Преодоляването на първоначалния шок се базира на някои основни правила, които следва да се отчетат:

- системите за предупреждение са уязвими;
- скоростта на събитията може да попречи на разбирането на същността и на начина на действие;
- криминалното събитие може да е масирано и унищожително;
- лицата и организациите може да са стресирани;
- действията в дадена ситуация може да се окаже в непозната област;
- системата може да се върне към практики от миналото, а настоящата система да изисква изменения.

Избягване загубата на доверие означава да не се вземат прибързани решения и да не се стига до необмислени заключения, което да доведе до обръкване в началните контакти със средствата за масово осведомяване и надценяване или подценяване сериозността на криминалното събитие за обществото.

Формулирането на позиция означава лидерът да дефинира проблема, да му даде име, да направи първоначална преценка за сроковете и графика и да реши какъв ще бъде основният начин за действие.

Етап 4 – „Провеждане на операция за реагиране в отговор на събитието”. Това е най-продължителният етап и е свързан с изразходване на големи количества ресурси. Възможно е да се изпълнява паралелно с предходния етап на планиране, което е практика в колективната система за реагиране при такъв вид криминални действия. Това, макар и в по-редки случаи, може да се случи и в национален мащаб, особено при крупни трафикантски операции за сексуална експлоатация, продажба на робини за проституиране или при непредвидена ситуация. Разрешаването на последствията е свързано с координиране осведомеността на обществото. То се постига със средствата за масово осведомяване, като се определи говорител, търси се възможност той пръв да дава информация, да казва истината, без да се правят коментари.

Управлението на системата включва отделяне на управлението от всекидневните дейности; контрол над вътрешните комуникации; пренастройване на екипите за посрещане на събитията; гарантиране за наличие на овластени структури за вземане на решения; организиране на действията и използване на експертите. Необходимо е да се създаде мрежа за взаимодействие между експертите, като се отделят от

мястото за вземане на решенията и се следят публичните им коментари. Трябва да се прояви реализъм относно техните способности, които допринасят за вземане на решенията.

Етап 5 – „Връщане към състоянието на стабилност”. Този етап също е продължителен и е свързан с разход на ресурси. Протича в условия на прекратено въздействие и невъзможност за нов начин на живот. Етапът може да включва стабилизиране на политическите, социалните, икономическите, етническите и други условия и възстановяване сигурността на обществото и неговите граждани.

На този етап фокусът е в изпълнение на решенията и връщане към нормално състояние. При възстановяването се управлява процесът до самия край, като справянето с последствията означава да се управлява системата, да се координира осведомеността на обществото (средства за масово осведомяване и слухове) и да се използват по подходящ начин консултиращите експерти. Основните дилеми пред лидера при управление на операции в отговор на сексуална експлоатация са свързани със следното:

- минимизиране на провокацията;
- съхраняване опциите на опонентите;
- манипулиране параметрите на риска за опонентите;
- максимизиране броя на въвлечените сили и средства за разрешаване на събитието;
- „победа” или „избягване на риска”;
- поемане на задължения и коректност.

Изискванията към процеса на вземане на решения в операциите се свързват с информационно осигуряване, използване на алтернативи, завършеност, навременност, осъществимост, контролируемост, гъвкавост и перспективност. Стратегическият лидер се изправя пред дилемите стратегическо (оперативно) мислене, материални (емоционални) интереси, ненамеса (държа събитието в ръцете си), висока/ниска обществена реакция, кратък/дълъг срок на решаване на проблема, да го направи добре/да изглежда добре. Проблемите на лидера се класифицират най-общо в следните направления:

- лидер липсва: физически или духовно;
- раздвоен лидер: разделена система за управление;
- съперничество: политическо управление; изолация на лидера: активна намеса отгоре;
- стрес и умора на лидера: пренатоварване; нерешителност: вероятни пропуски.

Грешките, които трябва да се избягват от лидера, са отричане (това не може да се случи тук); подценяване на събитието; технократизъм; мокро управление (решенията вземам аз); да „огрее” навсякъде. За осъществяването на ефективно управление могат да се дефинират следните приоритети:

- създаване на оперативни способности на национално и регионално равнище (готови за действие обучени мобилни екипи с интердисциплинарен характер);
- бързо идентифициране на рисковите фактори и прогноза на конкретните очаквани действия;
- вземане на правилни решения в реално време за ликвидиране на последствията (информационни и комуникационни системи, експертни решения, базирани на изкуствения интелект, анализи, методи за ограничаване на разпространението, за обезвреждане и депониране на опасните вещества и/или евакуация, първа медицинска помощ и социална помощ и лечение);
- осигуряване на подходящата информация за лицата, вземащи решения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При разпределянето на нивата на способност между отделните власти трябва да се реши как да се определят отговорностите за разработване и поддържане на способностите между отделните нива на управлението, между отделните юрисдикции. Нивата на риска и ресурсното осигуряване са на различно равнище в отделните юрисдикции на територията на страната. Необходимо е всички равнища на властта да поддържат съществуващите компоненти от системата за реагиране и успоредно да ги развиват в съответствие с националните приоритети за повишаване на дадена способност, за координиране между всички системи и други. За изпълнението на изброените приоритетни дейности по всяка вероятност ще се наложат промени в законодателството на България.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Терзиев, В., Ничев, Н., Бонев, Х. Историко-Ихологически аспект на проституцията и ролята и за националната сигурност. // Технически колеж – Ловеч, Научна конференция, 26 май 2017, 2017, ISSN 2535-079X, стр.179-184.
- [2] Терзиев, В., Ничев, Н., Бонев, Х. Изследване на историко-психологическия аспект на проституцията и ролята и за националната сигурност. // Технически колеж – Ловеч, Научна конференция, 26 май 2017, 2017, ISSN 2535-079X, стр.185-190.
- [3] Терзиев, В., Ничев, Н., Бонев, Х. Особенности и характеристика на проституцията в България-съвременно състояние и връзка с националната сигурност. // Международна научна конференция „Проблеми на сигурността в Черноморския регион“, 2017, Висше училище по сигурност и икономика - гр. Пловдив, 2017, стр. 213-223, ISBN 978- 619 -7343- 09- 0.
- [4] Терзиев, В., Ничев, Н., Бонев, Х. Съвременно състояние на проституцията и връзка с националната сигурност. // Международна научна конференция „Проблеми на сигурността в Черноморския регион“, 2017, Висше училище по сигурност и икономика - гр. Пловдив, 2017, стр. 224-234, ISBN 978- 619 -7343- 09- 0.