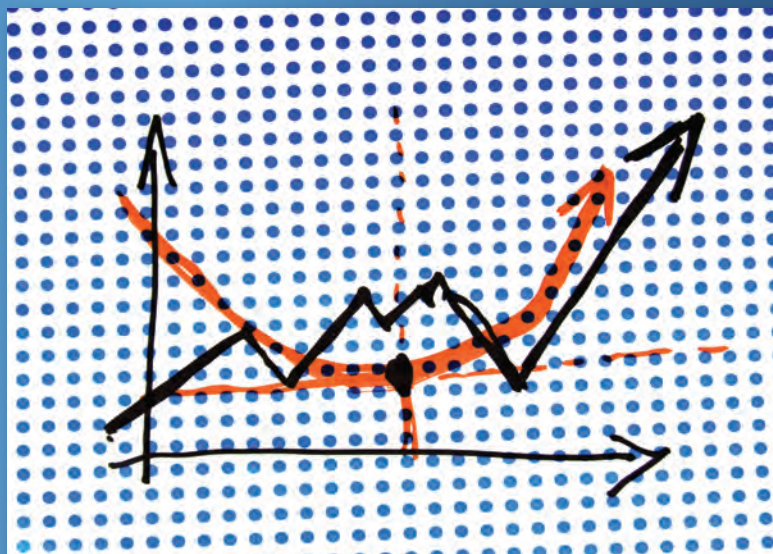


УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ



ISSN 1857-7628

ГОДИШЕН ЗБОРНИК 2014 YEARBOOK



ГОДИНА 6

VOLUME VI

GOCE DELCEV UNIVERSITY – STIP
FACULTY OF ECONOMICS

**УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ**

ISSN: 1857- 7628



**ГОДИШЕН ЗБОРНИК
2014**

YEARBOOK

ГОДИНА 6

VOLUME VI

**GOCE DELCEV UNIVERSITY - STIP
FACULTY OF ECONOMICS**



**ГОДИШЕН ЗБОРНИК
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ
YEARBOOK
FACULTY OF ECONOMICS**

За издавачот:
Проф. д-р Ристо Фотов

Издавачки совет Editorial board

Проф. д-р Саша Митрев	Prof. Sasa Mitrev, Ph.D
Проф. д-р Лилјана Колева - Гудева	Prof. Liljana Koleva - Gudeva, Ph.D
Проф. д-р Ристо Фотов	Prof. Risto Fotov, Ph.D
Проф. д-р Трајко Мицески	Prof. Trajko Miceski, Ph.D
Проф. д-р Круме Николоски	Prof. Krume Nikoloski, Ph.D
Проф. д-р Еленица Софијанова	Prof. Elenica Sofijanovska, Ph.D
м-р Влатко Пачешкоски	Vlatko Paceskoski, M.Sc
д-р Тамара Јованов Марјанова	Tamara Jovanov Marjanovska, Ph.D

Редакциски одбор Editorial staff

Проф. д-р Ристо Фотов	Prof. Risto Fotov, Ph.D
Проф. д-р Трајко Мицески	Prof. Trajko Miceski, Ph.D
Проф. д-р Круме Николоски	Prof. Krume Nikoloski, Ph.D
Проф. д-р Ристе Темјановски	Prof. Riste Temjanovski, Ph.D

Главен и одговорен уредник Managing & Editor in chief

Проф. д-р Трајко Мицески	Prof. Trajko Miceski, Ph.D
--------------------------	----------------------------

Јазично уредување Language editor

Даница Гавриловска-Атанасовска (македонски јазик)	Danica Gavrilovska-Atanasovska (Macedonian)
--	--

Техничко уредување Technical editor

Славе Димитров	Slave Dimitrov
Благој Михов	Blagoj Mihov

Редакција и администрација Address of editorial office

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип	Goce Delcev University
Економски факултет	Faculty of Economics
бул „Крсте Мисирков“ бб	Krste Misirkov b.b., PO box 201
п.фах 201, 2000 Штип, Македонија	2000 Stip, R of Macedonia



СОДРЖИНА CONTENT

д-р Трајко Мицески, м-р Наташа Стојовска ХАРИЗМАТИЧНОТО ЛИДЕРСТВО КАКО ИЗВОР НА КОНКУРЕНТСКА ПРЕДНОСТ	7
д-р Тамара Јованов Марјанова, д-р Ристо Фотов, д-р Еленица Софијанова УЛОГАТА НА МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО НАЦИОНАЛНОТО СТОПАНСТВО	17
проф. д-р Ристо Христов, проф. д-р Ристе Темјановски, Јелена Горгев Е-ОДЛУКИ - МОБИЛЕН ИНФОРМАЦИСКИ СИСТЕМ ЗА ПОДДРШКА НА ПРОЦЕСОТ НА ОДЛУЧУВАЊЕ	27
доц. д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска, Ивана Динева ИЗВЕШТАЈ ЗА ФИНАНСИСКАТА СОСТОЈБА – ПОДГОТОВКА И АНАЛИЗА	37
д-р Круме Николоски КАКО ДО КВАЛИТЕТНА ЕКОНОМСКА ПРОЦЕНКА?	47
д-р. Еленица Софијанова, д-р. Тамара Јованов Марјанова, д-р. Дарко Андроников, д-р. Ацо Јаневски АНАЛИЗА НА КОМУНИКАЦИСКИОТ ПРОЦЕС ВО ДОМАШНИТЕ МСП	57
д-р Љупчо Давчев, д-р Ристо Фотов, д-р Тамара Јованов Марјанова БИЗНИС ИНТЕЛИГЕНЦИЈА - ИСТОРИСКИ РАЗВОЈ И ПЕРСПЕКТИВИ	65
д-р Стеван Габер, д-р Илија Груевски, м-р Василка Габер ТЕОРИИ ЗА БУЏЕТСКА РАМНОТЕЖА	77
д-р Тамара Јованов Марјанова, д-р Ристо Фотов, д-р Љупчо Давчев ЗНАЧЕЊЕ И ПРИМЕНА НА ПАЗАРНА ОРИЕНТАЦИЈА ВО РАБОТЕЊЕТО НА МСП	87



м-р Влатко Пачешкоски, д-р Емилија Митева-Кацарски НЕРАМНОМЕРНАТА РАСПРЕДЕЛБА НА ДОХОДОТ ВО ЕРА НА ГЛОБАЛИЗАЦИЈА	99
м-р Наташа Стојовска, д-р Круме Николоски, д-р Трајко Мицески КОРЕЛАТИВНА ЗАВИСНОСТ НА НАТАЛИТЕТОТ И СКЛУЧЕНИТЕ БРАКОВИ ВО МАКЕДОНИЈА	109
д-р Емилија Митева-Кацарски, м-р Влатко Пачешкоски ПОСЛЕДИЦИТЕ ОД МУЛТИЛАТЕРАЛНИТЕ ТРГОВСКИ ДОГОВОРИ ВО РАМКИТЕ НА СТО ЗА ЗЕМЈИТЕ ВО РАЗВОЈ	117
м-р Наташа Стојовска, д-р Трајко Мицески КОРЕЛАТИВНА ЗАВИСНОСТ МЕЃУ БДП ПО ЖИТЕЛ И НАТАЛИТЕТОТ ВО МАКЕДОНИЈА	125
д-р Стеван Габер, м-р Василка Габер, д-р Илија Груевски РЕЛЕВАНТНОСТА НА ФИСКАЛНИТЕ СТИМУЛАЦИИ THE RELEVANCE OF FISCAL STIMULATIONS	133



ПРЕДГОВОР

Економскиот факултет во Штип е основан на 27 март 2007 година како дел од Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип. Почетоците на оваа високообразовна институција ги карактеризира силен елан и ентузијазам, преточени во голема желба да се твори и придонесе во унапредување на високообразовните процеси во Република Македонија. Се разбира, сето ова е во согласност со евроинтегративните процеси на постојана примена на усвоените европски методи и стандарди во научно-образовниот процес за обезбедување на квалитетно образование за нашите студенти.

Пред вас е петтото издание на Годишниот зборник на Економскиот факултет. Зборникот претставува потврда за остварувањето на целите на Економскиот факултет, а тие се образование на научно-стручни кадри од областа на меѓународна економија, здравствен менаџмент, финансиски менаџмент, банкарство, финансии и осигурување; сметководство, финансии и ревизија, менаџмент и претприемништво и маркетинг на прв циклус на студии и економија на Европска унија, здравствен менаџмент и МБА-менаџмент на втор циклус на студии. Се разбира дека на тој начин придонесуваме во промовирање на научноистражувачката работа, со што се поттикнува унапредувањето на научната и развојната мисла во функција на нивна примена во секојдневниот живот. Особено радува фактот што со свои трудови се пројавуваат нашите млади научноистражувачки кадри.

Штип, 2014 година

Проф. д-р Ристо Фотов



ХАРИЗМАТИЧНОТО ЛИДЕРСТВО КАКО ИЗВОР НА КОНКУРЕНТСКА ПРЕДНОСТ

д-р Трајко Мицески¹, м-р Наташа Стојовска²

Краток извадок

Денес глобалните услови за деловно работење на претпријатијата, изразени преку силна и немилосрдна конкуренција, променливо потрошувачко однесување, технолошки, информатички и комуникациски напредок, ја отежнуваат пазарната борба на претпријатијата.

Во вакви тешки услови за деловно работење, видливите ресурси (финансиски, физички и организациски) сè повеќе го губат приматот во однос на невидливите (човечки ресурси, иновации, репутација). Меѓу невидливите ресурси, пак, човечките ресурси стануваат сè позначајни за опстанокот, растот и развојот на претпријатијата.

За да бидат главен извор на конкурентска предност, човечките ресурси треба проактивно да се менаџираат. Ова укажува на потребата од постоење на лидер со харизма, знаење, вештини и способности за правилно водење на вработените по патот на остварување на поставената мисија, визија и цели. Во овој поглед, харизматичниот лидер е личност која влијае, ги инспирира, мотивира и влева доверба меѓу вработените. Благодарение на карактеристиките според кои тој се разликува од останатите лидери, харизматичниот лидер е клучниот фактор за деловниот успех на претпријатието.

Клучни зборови: *лидер, харизма, конкурентска предност, претпријатие.*

1. Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, trajko.miceski@ugd.edu.mk

2. Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, natasa.stojovska@ugd.edu.mk



CHARISMATIC LEADERSHIP AS SOURCE OF COMPETITIVE ADVANTAGE

Prof. Trajko Miceski Ph.D³, Natasha Stojovska M.Sc⁴

Abstract

Today's global business conditions expressed through strong and relentless market competition, technological, information and communication advances and changing consumer behavior, are making difficult the market fight of the companies.

In such difficult conditions for business operation, tangible resources (financial, technological, physical and organizational) are increasingly losing their primacy compared to the invisible (human resources, innovation, reputation) ones. Among invisible, human resources are becoming more important for the survival, growth and development of the companies.

In order to be a major source of competitive advantage, human resources need to be proactively managed. This points out the need for a leader with charisma, knowledge, skills and abilities in order to lead the employees in achieving the mission, vision and goals of the enterprise. In this point of view, charismatic leader is one that has influence, inspires, motivates and instills confidence among followers.

The charismatic leader, thanks to the characteristics that he possesses and which differ him from other leaders, is the key factor for business success.

Kew words: *leader, charisma, competitive advantage, company.*

Вовед

Конкурентската предност се однесува на стратегија, односно комбинација на ресурси, активности и политики кои го диференцираат претпријатието од останатите претпријатија и кои истовремено обезбедуваат негов опстанок и конкурентност на пазарот. За да креира конкурентна предност, претпријатието најпрво треба да изврши анализа на надворешното (политички, економски, социјални и технолошки фактори) и внатрешното опкружување (сопствените способности и ресурси) преку PEST и SWOT анализите. Во зависност од потенцијалното влијание врз работењето на претпријатието, овие анализи ги класифицираат надворешните фактори во можности и закани, а внатрешните фактори во

3. University "Goce Delcev" – Stip, trajko.miceski@ugd.edu.mk

4. University "Goce Delcev" – Stip, natasa.stojovska@ugd.edu.mk



предности и слабости за претпријатието. Крајниот резултат е комбинација на стратегии кои овозможуваат:

- искористување на сопствените предности и можности на пазарот;
- трансформација на сопствените слабости во предности, а пазарните закани во можности (доколку е можно) и
- избегнување, надминување или минимизирање на влијанието на сопствените слабости и пазарните закани.

Економски е оправдано претпријатието да ја избере онаа стратегија која овозможува да се постигнат максимални резултати со минимално потрошени ресурси. Во денешното турбулентно опкружување ова значи претпријатието да ја избере стратегијата со која на најбрз, најефикасен и најиновативен начин ќе се приспособи на секојдневните промени во опкружувањето и на тој начин ќе биде во можност да ја одржува и зајакнува својата конкурентска позиција на пазарот. За оваа цел е потребен лидер кој на правилен начин ќе ги води вработените кон остварување на поставената визија и мисија.

Неопходноста од трансформација на трансакциското во харизматично лидерство како сегмент на трансформациското лидерство

Во услови на силна конкуренција, променливо екстерно опкружување и ограничени ресурси, малите и средните претпријатија се соочени со предизвикот за трансформација на трансакциското во харизматично лидерство во целта да опстанат или да ја подобрат конкурентската позиција на пазарот. Ова не може да се постигне без претходно да се признае фактот дека иако причините за повеќето проблеми се надворешни фактори, решенијата лежат внатре во рамки на претпријатието, поточно во мотивираноста, ефикасноста и посветеноста на човечките ресурси во остварување на визијата поставена од лидерот.

Факт е дека малите и средните претпријатија, исто како и големите претпријатија, првенствено се фокусирани на опстанокот. Но, она по што се разликуваат е тоа што овие претпријатија не применуваат лидерство т.е. *lasses-faire* лидерство или применуваат трансакционо лидерство кое подразбира насоченост кон краткорочни резултати, следење на строго поставени правила, процедури и стандарди, преферирање сигурност и постојаност, фокус на ефикасноста (намалување на трошоците), мотивирање на вработените преку наградување и казнување, доминација на разумот при донесувањето одлуки. Ова значи дека конкурентската предност на овие претпријатија се базира на основните функции на менаџмент, планирање (краткорочно), организација и контрола.



Примената на *laissez-faire* или трансакционото лидерство е ефикасна во случаи кога внатрешните и надворешни фактори кои влијаат на работењето не се менуваат, проблемите кои се појавуваат се едноставни, познати и постојат јасно дефинирани начини за нивно решавање (Smith). Меѓутоа, ова не е одлика на денешната деловна средина. Напротив, секојдневните промени во надворешното опкружување бараат соодветни промени и во претпријатието со цел да ја задржи или подобри својата конкурентска позиција на пазарот. Секоја промена започнува со иницијатива од страна на лидерот. Бидејќи трансакцискиот лидер не сака промени, ваквиот стил се покажува неефикасен во денешните услови за деловно функционирање на МСП. Секој обид за промена на трансакцискиот во трансформациски или харизматичен лидер е многу тежок и често завршува со неуспех, бидејќи подразбира менување на карактеристиките на лидерот како човек, а тие се најчесто непроменливи или тешко променливи (Nikezić, Dašić and Војиќ, 2012).

И бројните теоретски и емпириски истражувања покажуваат дека ефективноста на претпријатието во голема мера зависи од моделот на лидерство кој се применува. Така, најголем дел од спроведените истражувања покажуваат дека постои поголема зависност меѓу трансформациското лидерство и перформансите на претпријатието без разлика дали целите се утврдени на организациско ниво или на ниво на поединец (Lowe et al., 1999) во споредба со трансакциското лидерство. Во однос на ефективноста, задоволството и натпросечниот напор, *laissez-faire* моделот се покажува како најмалку ефективен поради што треба многу ретко да се применува, нареден модел е трансакциското лидерство базирано на пасивни лидери кои интервенираат по појавата на девијации. Имено, иако овој модел е корисен кај големите претпријатија каде што се контролираат голем број следбеници, сепак предизвикува нервоза, непријателство и стрес доколку се употребува во поголема мера. Поради ова, се препорачува негова примена во комбинација со трансформациското лидерство како доминантно. Трансакциското лидерство базирано на корективни мерки може да обезбеди позитивни перформанси во ситуации кога ризикот може да се предвиди. Ова се постигнува преку постојано следење на активностите кои може да имаат негативно влијание и нивна споредба со претходно утврдените стандарди (Bass, 1998).

Истражувањата покажуваат дека турбулентната деловна средина ја зголемува веројатноста за развој на трансформациското лидерство од причини што во ваквите брзо променливи услови лидерот е способен да ја идентификува можноста за промена на постоечката состојба и да креира визија која ќе ја следат следбениците. Ова значи дека трансформациското



лидерство е применливо кај органски тип на претпријатија кои не се високоструктурирани, каде што има силна етичка култура и отсуство на рутински задачи. Спротивно на ова, трансакциското лидерство е карактеристично за стабилна и деловна средина каде што факторите на влијание се постојани или променливи на подолг рок, што значи дека се применува во високоструктурирани претпријатија каде што задачите се рутински. Иако турбулентната деловна средина и кризите се битни фактори за појава на трансформациското лидерство, ова не значи дека тие автоматски ја активираат харизмата, напротив карактеристиките, вредностите и идеалите на лидерот се главните катализатори, детерминанти на харизмата (House, 1977).

Харизматичниот лидер како извор на конкурентска предност

Како поим, харизматичното водство се споменува уште во 1947 година кога Weber зборува за харизматичниот лидер како лидер со натчовечки, натприродни и херојски атрибути (Weber, 1947). За разлика од Weber кој зборува за „револуционерна“ харизма, подоцнежните теоретичари ја дефинираат харизмата на „помирена“ начин. Така, според Conger и Kanungo (1998) и Sashkin (1998) харизматичните лидери идеализирани од страна на следбениците, благодарение на нивните бројни карактеристики: способност за да ги инспирираат, мотивираат и почитуваат и да ги разберат потребите на следбениците преку покажување на емоции; посветеност во остварување на поставената визија; храброст за промена на состојбата статус кво; примена на етички стандарди и општествена одговорност. Во суштина, под харизма се подразбира способноста на лидерот да ги инспирира, мотивира и поддржува вработените, кои пак за возврат, остваруваат натпросечни резултати запоставувајќи ги личните цели, проблеми и препреки во работењето. Харизмата значи емотивно изразување, самодоверба, сигурност, одлучност, внатрешна стабилност, интелектуална стимулација, страст и посветеност кон сопствената визија до степен кој предизвикува восхит кај останатите. Харизматичните лидери знаат кои се и во што веруваат и имаат моќ да ја пренесат вербата во сопствената визија и на следбениците.

Суштината на харизматичниот лидер најпрво ја поставува Weber (1968), а понатаму е поддржана и засилена и од подоцнежните автори. Станува збор за следните три клучни елементи:

- 1) Постоене на визија и мисија – Без овој елемент лидерот не може да се смета за харизматичен, без разлика на личните квалитети кои ги поседува (Bryman, 1992 p.41);



- 2) Поседување на извонредни и исклучителни квалитети, што подразбира самодоверба, посветеност, морални вредности, верба во своите убедувања (House and Howell, 1992);
- 3) Моќ да влијание врз следбениците, што подразбира способност да ја добие нивната поддршка и посветеност (Conger, 1999).

Во 1998 година, Conger и Kanungo, ја имаат развиено скалата на харизматичното лидерство која се состои од 20 елементи. Веродостојноста и вистинитоста на скалата ја имаат потврдено неколку студии. Во суштина, скалата вклучува пет фактори кои го детерминираат степенот до кој лидерите:

- 1) Ги препознаваат и реагираат на можностите или ограничувањата во опкружувањето (пример, препознавање на способностите и вештините на вработените во претпријатието);
- 2) Покажуваат чувствителност кон потребите и желбите на членовите на тимот (пример, влијание врз другите преку развој на меѓусебна почит и разбирање);
- 3) Шират инспиративна визија (пример, поставување на мотивирачки организациски цели);
- 4) Преземаат личен ризик, делумно заради инспирирање на следбениците преку личниот пример и
- 5) Покажуваат неконвенционално однесување (пример, примена на нетрадиционални средства за постигнување на организациските цели).

Сите овие пет елементи се опфатени во трите фази кои ги содржи овој стил на лидерство:

- *прва фаза*, испитување и утврдување на можностите и заканите во опкружувањето, како и потребите и желбите на вработените;
- *втора фаза*, креирање и ширење на визија која одговара на детерминираните можности и преференции и
- *трета фаза*, имплементирање на визијата преземајќи личен ризик и покажувајќи неконвенционално однесување со цел ваквиот пример да биде следен од страна на следбениците.

Харизмата се однесува на поседувањето позитивна благонаклонетост и разбирање на другите. Токму харизмата е оној посебен квалитет по кој харизматичните лидери се разликуваат од другите. Тие со своето знаење, способности, постапки и однесување влеваат доверба, почит, поддршка, лојалност и мотивација кај следбениците во остварувањето на организациската визија, мисија и цели.



Постојат неколку карактеристики кои се однесуваат само на харизматичните лидери, а тоа се следните⁵:

- *Визија* - Харизматичниот лидер создава предизвикувачка претстава како треба да изгледа организацијата во иднина и на кој начин тоа може и треба да се постигне. Тој ги мотивира и охрабрува вработените да одат над своите очекувања на остварување и бара значајни промени и напредок, со цел истата да биде реализирана⁶. Карактеристично за харизматичните лидери е тоа што нивната лична визија е многу повеќе прифатена од следбениците како заедничка и споделена, отколку кај другите лидери⁷.
- *Умешност во комуникациските вештини* – Харизматичните лидери користат колоритен јазик, возбудливи метафори и аналогии со цел да ги инспирираат вработените и соработниците. Тие се мајстори во водењето на состаноци, умеат да комуницираат со следбениците во секое време, на секое место и во која било ситуација и тоа на непосреден и неформален начин, без бариери, отворено и мотивирачки.
- *Способност за инспирирање доверба и подготвеност кај следбениците* – Следбениците толку силно веруваат во заедништвото со харизматичните лидери што се подготвени дури и својата кариера да ја подредат на остварувањето на визијата. Оваа карактеристика е особено значајна за создавање клима на промени, бидејќи во исто време создава и клима на соработка. Тие имаат разбирање за индивидуалните потреби на следбениците, интелектуално ги поттикнуваат и мотивираат. На овој начин се овозможува постигнување на високи резултати.
- *Енергија и ориентираност кон акција* – Поради својата претприемничка природа, харизматичните лидери со својата енергичност служат како модел за начинот на кој следбениците треба да ја извршуваат работата. Притоа, харизматичните лидери и следбениците ја црпат енергијата едни од други.
- *Пријатност и изразување емоции* - Харизматичните лидери отворено ги изразуваат своите емоции, покажувајќи блискост и топлина кон своите следбеници.
- *Подготвеност за преземање личен ризик* - Харизматичните лидери се подготвени да преземат ризик секогаш кога е во прашање некоја

5. A. J. DuBrin, *Leadership: Research findings, Practice and skills*, Boston, Houghton Mifflin Company, 1995, p.64

6. J. C. Collins, J. I. Porras, Building your company's vision, *Harvard Business Review*, 1996, pp.65-76

7. Т. Мицески, Стратегиски менаџмент во новиот конкурентски амбиент, интерен материјал, Универзитет „Гоце Делчев“, Економски факултет, Штип, 2012, стр. 360



организациска потреба и цел или е во интерес на организацијата и вработените.

- *Користење на неконвенционални стратегии* - Харизматичните лидери се личности кои се истакнуваат со својата креативност и иновативност. Тие се препознатливи по својата оригиналност, односно способноста да ги изненадат следбениците со својот пристап и стратегија во дадена ситуација.
- *Склоност да се јавува во време на кризи* - Харизматичните лидери се препознатливи по тоа што се одлучни и знаат да ја донесат вистинската одлука и тогаш кога е најтешко. Тие и во кризни ситуации знаат да бидат со своите следбеници и да ги бодрат.
- *Минимален внатрешен конфликт* - Харизматичните лидери се емоционално стабилни, убедливи и продуктивни личности. Инако се свесни за својата харизма која на некој начин ги прави и суетни, сепак не се нарцисоидни личности.

За да се стане добар харизматичен лидер не е доволно само да се поседуваат овие карактеристики во одреден степен, туку треба да се работи на нивно натамошно развивање и усовршување.

Како фактори кои ги засилуваат придобивките на харизматичното лидерство се јавуваат:

Кризи – Харизматичното лидерство е особено ефективно по несреќи на работното место. Вработените повеќе ги сакаат лидерите кои поставуваат, шират и следат инспиративна визија, отколку лидерите кои бараат и ги интегрираат мислењата на сите вработените и менаџери.

Несигурност – Ефикасноста на харизматичното лидерство е поголема кога опкружувањето е променливо и несигурно, како што се примерите на силна пазарна конкуренција, чести промени на правните регулативи. Во вакви случаи, промовирањето на инспиративна визија за иднината кон која ќе се стремат сите вработени ја зголемува поврзаноста меѓу вработените и го намалува чувството на несигурност (De Hoogh, et al., 2004). Во услови на турбулентно опкружување, примената на харизматично лидерство преку поставување на насоки има позитивно влијание и врз профитабилноста, а со тоа и на конкурентската предност на претпријатието (Waldman, Ramirez, House and Puranam, 2001).

Потреба за припаѓање – Воведувањето на харизматично лидерство е ефикасно во претпријатија каде што не постои соработка меѓу вработените, односно тие не се поврзани меѓу себе и не следат правила (Den Hartog, De Hoogh and Keegan, 2007).



Овие фактори се карактеристични за денешните турбулентни услови за деловно функционирање изразени преку силна конкуренција, информатички, комуникациски и технолошки развој, променливи барања на потрошувачите, што, пак, укажува на потребата за развој на харизматичното лидерство како предуслов за поголема ефикасност, профитабилност и продуктивност, односно за одржување и зајакнување на конкурентската позиција на сите претпријатија, вклучувајќи ги и малите и средните, имајќи го предвид фактот дека тие се генератори на економскиот раст и развој на секоја земја.

Заклучок

Лидерот со харизма се јавува како императив не само кај големите, туку и кај малите и средните претпријатија. Имено, предизвиците што ги донесе глобализацијата бараат подобар, побрз и поефикасен одговор од сите претпријатија во насока на зачувување и подобрување на нивната конкурентска позиција. Во овој поглед, вработените, посебно лидерот, станаа клучен извор на конкурентска предност за претпријатијата. Токму лидерот со харизма е тој кој има способност да креира силна верба во сопствената визија меѓу вработените.

Согласно со истражувањата, трансформациското лидерство и трансакциското лидерство базирано на награди и пофалби имаат позитивно влијание врз ефективноста на претпријатијата, додека трансакциското лидерство базирано на превентивни корективни мерки или интервенции по појавата на девијации имаат негативно влијание. Ова укажува на потребата за постепено прифаќање и примена на трансформациското и харизматичното лидерство во поголема мера од страна на сите претпријатија.

Користена литература

- Weber, M. (1947). *The Theory of Social and Economic Organization*. New York: The Free Press
- Smith, E. *Transactional leadership*. Barry University. Florida. Unpublished manuscript
- Nikezić, S., Dašić, P., Bojić, B. (2012), *Contingency Leadership Approach: Paradigm for Change*, 2th International Conference Economics and management-based on new technologies. Vrnjačka Banja, Serbia
- Eurostat, Business economy- size class analysis, 05.09.2014
- A. J. DuBrin, *Leadership: Research findings, Practice and skills*, Boston, Houghton Mifflin Company, 1995



- Conger, J.A. (1999). Charismatic and transformational leadership in organizations: An insider's perspective on these developing streams of research. *Leadership Quarterly*, 10, 145-180
- J. C. Collins, J. I. Porras, Building your company's vision, *Harvard Business Review*, 1996
- Conger, J.A., Kanungo, R. (1998). *Charismatic leadership in organizations*. Thousand Oaks. CA: Sage
- Bass, B.M. (1998). *Transformational leadership: Industrial, military and educational impact*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates
- Bruman, A. (1992). *Charisma and leadership in organizations*. London: Sage
- House, R.J. (1977), A 1976 theory of charismatic leadership, *Leadership: The cutting edge* (pp.189-207). Carbondale: Southern Illinois University Press
- House, R.J. and Howell, J.M. (1992). Personality and charismatic leadership. *Leadership Quarterly*, 3(2), 81-108
- Lowe, K.B., Kroeck, K.G. and Sivasubramaniam, N. (1996). Effectiveness correlates of transformational and transactional leadership: A meta-analytic review of the literature, *Leadership Quarterly*, 7(3), pp.385-425
- De Hoogh, A. H. B., Den Hartog, D. N., Koopman, P. L., Thieery, H., van den Berg, P. T., van der Weide, J. G. et al. (2004). Charismatic leadership, environmental dynamism, and performance. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 13, 447-471
- Den Hartog, D. N., De Hoogh, A. H. B. and Keegan, A. E. (2007). The interactive effects of belongingness and charisma on helping and compliance. *Journal of Applied Psychology*, 92, 1131-1139
- Waldman, D. A., Ramirez, G. G., House, R. J., and Puranam, P. (2001). Does leadership matter? CEO leadership attributes and profitability under conditions of perceived environmental uncertainty. *Academy of Management Journal*, 44, 134-143
- Т. Мицески, *Стратегиски менаџмент во новиот конкурентски амбиент*, интерен материјал, Универзитет „Гоце Делчев“, Економски факултет, Штип, 2012



УЛОГАТА НА МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО НАЦИОНАЛНОТО СТОПАНСТВО

д-р Тамара Јованов Марјанова¹, д-р Ристо Фотов², д-р Еленица Софијанова³

Краток извадок

Во економската теорија, воопшто, со децении назазад се дебатира за специфичностите и предностите на малите и средните во однос на големите претпријатија. Денес сè повеќе се зборува за претприемачко општество што претпоставува примена на претприемништвото не само во малите и средните претпријатија, туку и сè помасовна примена на претприемништвото во големите корпорации, претприемништвото како база за развој на единиците на локалната самоуправа, претприемачка организација на образовни, здравствени, културни и спортски институции, креирање на поволен претприемачки амбиент од страна на сите современи влади. Вистинската насока за развој на општеството е поттикнување на отворање на мали продуктивни претприемачки претпријатија. Од аспект на претприемачката перспектива, малите претпријатија претставуваат можност за остварување економска независност.

Клучни зборови: *мали и средни претпријатија, претприемништво, економски развој.*

1. Асистент на Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Економски факултет – Штип, ул. „Крсте Мисирков“ бб, 2000 Штип, Р. Македонија

2. Декан на Економски факултет – Штип при Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, ул. „Крсте Мисирков“ бб, 2000 Штип, Р. Македонија

3. Вонреден професор на Економски факултет – Штип при Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, ул. „Крсте Мисирков“ бб, 2000 Штип, Р. Македонија



THE ROLE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE NATIONAL ECONOMY

PhD Tamara Jovanov Marjanova, PhD Risto Fotov, PhD Elenica Sofijanovа

Abstract

For decades there has been a debate in the economic theory and in general about the specifics and advantages of SMEs in comparison to large enterprises. Today, there is more talk about entrepreneurial society presupposes the application of entrepreneurship not only in SMEs, but also huge application of entrepreneurship in large corporations, entrepreneurship as a base for the development of local government, entrepreneurial organization of educational, health, cultural and sporting institutions, creation of a favorable entrepreneurial environment by all modern governments. The true direction for the development of the society is to encourage the opening of productive entrepreneurial small businesses. In terms of entrepreneurial perspective, small businesses are an opportunity to achieve economic independence.

Key words: *small and medium-sized enterprises, entrepreneurship, economic development.*

1. Вовед (Introduction)

Во економската теорија, воопшто, со децении наназад се дебатира за специфичностите и предностите на малите и средните во однос на големите претпријатија. Како фокус на трудот, малиот бизнис може да се дефинира како „бизнис во приватна сопственост на поединец или мала група на поединци, кој остварува продажба и има средства кои не се доволно големи да влијаат на неговата средина“ (Griffin, 2002, p.111). Претприемништвото, пак, е „процес на планирање, организирање, водење и преземање ризик од инвестицијата“ (Griffin, 2002, p.111). Денес сè повеќе се зборува за претприемачко општество што претпоставува примена на претприемништвото не само во малите и средните претпријатија, туку и (OECD, 2002): сè помасовна примена на претприемништвото во големите корпорации, претприемништвото како база за развој на единиците на локалната самоуправа, претприемачка организација на образовни, здравствени, културни и спортски институции, креирање на поволен претприемачки амбиент од страна на сите современи влади. Истовремено, секој мал бизнис не е претприемачки, како што и секој претприемачки потфат не е продуктивен (Baumol, 1990). Вистинската насока за развој



на општеството е поттикнување на отворање на мали продуктивни претприемачки претпријатија. Од аспект на претприемачката перспектива, малите претпријатија претставуваат можност за остварување економска независност.

2. Материјал и метод на работа (Materials and methods)

Основата на трудот ја сочинуваат претежно податоци синтетизирани од секундарни извори (стручна литература, публикации, претходни истражувања и сл.), за карактеристиките, настанокот, корисноста и потребата од малите и средните претпријатија и нивниот придонес кон развојот на економијата на национално ниво. Направен е детален преглед на состојбите во еден подолг временски период – од почетоките на малиот бизнис до денес. Заклучоците се давани врз основа на методот на индукција и синтеза.

3. Резултати и дискусија (Results and discussion)

Повеќе елементи ги карактеризираат МСП како динамичен развоен фактор (Baumol, 1990): Брзото креирање на нови работни места, зголемување на понудата на стоки и услуги и развој на креативноста, зголемување на конкуренцијата во стопанството и јакнење на конкурентската способност, флексибилно приспособување кон потребите на пазарот, помали ризици во работењето во споредба со големите претпријатија кои ја користат економијата на обемот, користење на домашни суровини и расположливи ресурси, приспособување на потребите на локалниот пазар, придонесување кон порамномерен регионален развој, придонесување кон севкупен рамномерен економски развој, специјализирање во одделни области на производство и услуги, можност за станување соработници на големите претпријатија, можност за производство на стоки со што се врши супституција на увозот, можност за заземање на специјализирани сегменти од пазарот, за кои не се заинтересирани големите претпријатија. Улогата на МСП, токму поради економските функции, е особено голема во процесот на реструктурирање на стопанството и во јакнењето на конкуренцијата на пазарот.

Развојот на МСП во Македонија е еден од клучните приоритети како на национално, така и на регионално и локално ниво и е еден од клучните фактори за успешно завршување на процесот на транзицијата. Создавањето на широка мрежа на МСП и нивно економско поврзување со големите деловни системи е услов за развој на индустријата и стопанството во целина, остварување на поуспешно заедничко работење и полесно поднесување на ризикот.



Класификацијата на претпријатијата на микро, мали, средни и големи претпријатија (прилог 1.1.) во Република Македонија институционално е регулирана со Законот за трговски друштва од 2004 година, Законот за основање на Агенција за поддршка на претприемништвото и др. Покрај тоа, донесена е и Ревидирана национална стратегија за развој на МСП (2002 - 2013) во април 2007 година и Програма за развој на претприемаштвото, конкурентноста и иновативноста на МСП (2007-2010 година). Во стратегијата се дефинирани општите насоки на развојот на секторот на претприемништвото и на МСП во Македонија, а во програмата се предвидени мерките и инструментите за спроведување на стратегиските определби и развојни приоритети во оваа област, неопходни за економскиот развој на земјата и за побрз влез во Европската унија (ЕУ). Развојот на МСП во Република Македонија треба да се одвива врз основа на соодветна правна и регулативна рамка, компетентни и ефикасни деловни услуги и пазарно ориентирано претприемништво.

Општествената улога и придонесот на малите и средните претпријатија во трудот се претставени преку нивното влијание врз клучните аспекти на еден економски систем, изразено преку (European Commission, 2013):

1. Бројот на МСП и број на работни места;
2. Учество во БДП и/или додадена вредност во производството;
3. Иновации, конкурентност и важност за големите бизниси.

Во однос на првиот аспект, малиот бизнис, особено во одредени индустрии, претставува важен извор на нови работни места. Малите претпријатија често вработуваат поинтензивно од големите, а исто така се и првите кои вработуваат при економско закрепнување, додека големите претпријатија го прават тоа последни (Griffin, 2002). Така, на пример, МСП учествуваат со 99,7% во вкупниот број на регистрирани бизниси во САД, Јапонија и ЕУ, а во истите се вработени 49%, 67% и 70% од населението, респективно (Stokes и Wilson, 2010, p.13). Придонесот на МСП во ЕУ и светот постојано се следи, при што некои од главните наоди за улогата на МСП во националната економија се следниве (European Commission, 2009):

- Помеѓу 2002 и 2008 год. МСП во ЕУ27 забележале значаен пораст и биле главен двигател на вработувањата за поголем дел од европската економија. Бројот на МСП се зголемил за 2,4 милиони (13%), наспроти бројот на големи претпријатија кој пораснал за само 2.000(5%);
- Помеѓу 2002 и 2008 год. бројот на работни места во МСП се зголемувал за 1,9% годишно, додека бројот на работни места во големите претпријатија растел за само 0,8% годишно. Во апсолутни броеви, 9,4 милиони работни места биле креирани во секторот на МСП помеѓу 2002 и 2008 год.;



- Области каде што МСП имаат подобри резултати од големите претпријатија се: тенденцијата за инвестирање, која во европскиот нефинансиски сектор во целина е највисока кај микропретпријатијата. Бруто инвестициите на микропретпријатијата во материјални добра зафаќаат 24% од додадената вредност, во споредба со 19% кај сите останати претпријатија. Во целина, тенденцијата за инвестирање кај микропретпријатијата е поголема во однос на очекуваното според нивната профитабилност, со што се потенцира нивното значење за економијата на ЕУ;
- На долг рок, земајќи ги предвид и претходните трендови во бројот на претпријатија во ЕУ и интернет револуцијата, растот на услужниот сектор и институционалниот развој во прилог на самовработувањето се очекува да бидат помеѓу приоритетите и во идните години. Кога економскиот раст повторно ќе добие залет, се очекува МСП да го повратат трендот на брз развој.

Во споредба со ЕУ, структурата на деловниот сектор во Македонија во 2012 година е многу слична на онаа во ЕУ, со приближно ист просек, односно уделот на МСП во вкупниот број на претпријатија е околу 99,8%, со доминација на микро и мали претпријатија (European Commission, 2012). Просечниот број на вработени во МСП е 3,97 и е помал од просекот на ЕУ (4,2), но сепак малите и средните претпријатија креираат околу половина од вкупната вработеност во државата или 43,7%, додека останатите 56% отпаѓаат на големите претпријатија (European Commission, 2012).

Податоците за активните деловни субјекти во РМ во однос на секторска структура и број на вработени, според Државниот завод за статистика на РМ за 2010 година го поддржуваат ставот за големото значење на МСП во нашата национална економија (Државен завод за статистика на Република Македонија, 2009).

- Бројот на активните деловни субјекти во Република Македонија во 2010 година изнесува 75,497;
- Податоците за структурата на активните деловни субјекти според бројот на вработени покажуваат дека најголемо учество од 78,5% имаат деловните субјекти со 1-9 вработени. Потоа следат деловните субјекти без вработени (или субјектите не го прикажале податокот за вработени) со 14,2%, па субјектите со 10-19 вработени со 3,3%, учеството на субјектите со 20-49 вработени е 2,1%, со 1,6% учествуваат субјектите со 50-249 вработени, односно на МСП отпаѓаат 85,5% и само 0,3% од активните деловни субјекти се со над 250 вработени;



- Во рамки на преработувачката индустрија како еден од секторите со најголемо учество во структурата (8,263 субјекти или 11.0%), кондиторската индустрија се карактеризира со регистрирани 50 субјекти во 2009 година, од кои 41 претпријатија се микро и мали, 7 средни и 2 големи, а вработуваат 1.185 лица (Стопанска комора на Македонија, 2012).

Врз основа на втората точка, покрај тоа што МСП имаат доминантно учество во вкупниот број на активни претпријатија, тие имаат и најголемо учество и во создавањето на бруто вредноста на производството и во формирањето на вкупниот приход на стопанството (Министерство за економија на РМ, 2009), (Шуклев, 2011). Од финансиска гледна точка, МСП создаваат 2/3 од БДП во Европската унија (European Commission, 2006), а креираат 58,4% од вкупната додадена вредност на производството (European Commission, 2012). Структурните деловни статистики за учеството на МСП во додадената вредност во РМ покажуваат дека според трошоците за факторите на производство, МСП со 65,7% имаат поголем удел од големите претпријатија во креирањето на додадената вредност на производството, а овој процент е поголем и од процентот на креирана додадена вредност од МСП во ЕУ. Во однос на големината на претпријатијата, најголемо е учеството на претпријатијата кои вработуваат од 0 до 9 лица кои создале 24,2% од додадената вредност (Државен завод за статистика на РМ, 2011). Притоа, еден од секторите со најголемо учество во додадената вредност во структурата на БДП има *преработувачката индустрија* со 14,1% (Државен завод за статистика на РМ, 2010).

Од гледна точка на иновациите кои се основен двигател на економскиот развој, минатото покажува дека големите иновации поверојатно е дека потекнуваат од мали бизниси или поединци, отколку од големи бизниси. Нови материјали, бројни идеи, производи или услуги, па и бизнис процеси, често како извор го имаат малото претпријатие. Всушност, за да бидат конкурентни на пазар каде што најголем дел од уделот им припаѓа на големите, малите претпријатија мораат да демонстрираат иновативност. Според Управата за мали бизниси во САД, овие претпријатија се клучни двигатели и најголеми учесници во иновациите што се пласираат на американскиот пазар (Kobe, 2012). Малите бизниси развиваат поголем број патенти споредбено со големите претпријатија, особено претпријатијата со помалку од 25 вработени, кои произведуваат најголем број на патенти по вработен (Breitzman и Hicks, 2008) и (Office of Small Business Advocacy, 2009). Понатаму, патентите на малите претпријатија се позначајни отколку патентите на големите



претпријатија, надминувајќи ги во неколку категории, како на пример, раст, оригиналност и влијание (Breitzman и Hicks, 2008), (Office of Small Business Advocacy, 2009). Всушност, одредена активност да се смета како претприемничка иновативност треба да претставува „една или повеќе од воочените пет типови на *нови комбинации* кои се идентификуваат како конституенти на претприемничката иновативност“ (Baumol, 1990, pp.896-897):

- воведување на нов производ или воведување на нов квалитет на добрата;
- воведување на нова метода на производство, што сè уште не е испробана низ искуството на индустриската гранка и/или нов начин на третирање на комерцијалните добра;
- создавање на нов пазар во нови региони или нови сегменти на потрошувачи;
- освојување на нов извор за снабдување со суровини или полупроизводи.

Во Р. Македонија меѓу главните причини за преземање на иновативни активности од страна на малите и средните претпријатија, се вбројуваат (Европска агенција за реконструкција, 2004, стр.49): квалитет на производите со 16%; производствени линии, пристап до нови и соочување на постојните пазари со по 13%; трошоци на производство со 11%; подобар начин на работење – 10%; диверзификација – 8%. Од друга страна, може да се каже дека бројот на претпријатијата во РМ кои вложуваат во истражување и развој (ИР), а особено малите, е многу мал, како и износот на средствата кои се вложени во ИР (АППРМ, 2005). Генерално, Република Македонија припаѓа кон групата на скромните иноватори, со перформанси многу под просекот на ЕУ27, при што е забележано следново (European Commission, 2011, p.62): слаб извоз на услуги базирани на знаење и приходи од патенти и лиценци од странство, голем пад кај апликациите за регистрација на патенти и марки/брендови во државата, над просекот е растот кај расположливи човечки ресурси, инвестициите на претпријатијата и аутпутот, под просекот се наоѓа финансиската поддршка и заштитата на интелектуалните права.

Покрај значењето за иновациите, МСП се значајни и заслужни и за зголемување на конкуренцијата на пазарот, изразено како преку зголемување на бројот на претпријатија во една индустрија, така и преку зголемување на продуктивноста на национално ниво (Carter и Thurik, 2010). Поголемата и посилната конкуренција, пак, влијае на намалување на стапката на смртност на претпријатијата во првите три години од постоењето, бидејќи агресивното конкурентско опкружување ги



предизвикува претпријатијата уште во почетокот јасно да се фокусираат на задоволување на потрошувачките потреби и да најдат начин истовремено да ги намалат и трошоците (Burke и Hussels, 2013). Поголемата конкуренција неминовно води и кон пласман на нови и подобри производи, зголемување на вработеноста и долгорочни придобивки за ефикасноста и конкурентноста на една национална економија (Carree et al, 2007).

Исто така, значењето на малите претпријатија се потврдува и со нивната улога во работењето и опстанок на големите бизниси. Вообичаено, големите претпријатија дел од своите активности преку процесот наречен *outsourcing* ги префрлуваат на малите и средните претпријатија, со цел за поефикасно извршување на истите, како на пример, застапување на домашни и странски пазари, доработка на производот, добавување на сировини, пакување, дистрибуција на производите до крајниот потрошувач и сл. Тие го прифаќаат процесот *outsourcing* за да можат „да иновираат побрзо и поефтино, за да растат, да го зголемат пазарниот удел и да ангажираат повеќе специјалисти од различни области“ (Friedman, 2005, p.446). Всушност, утврдено е дека „кај претпријатијата кои пренесуваат дел од своите активности на МСП се јавува значајна корелација со остварувањето на подобри финансиски перформанси“ (IBM Global Services, 2010, p.4). Најдобрите претпријатија ја применуваат оваа практика за да победат, а не да ги намалат активностите.

4. Заклучок

Врз основа на гореспоменатите економски показатели, недвосмислено може да се увиди и заклучи дека МСП се двигатели и на македонската економија, бидејќи учествуваат во структурата на стопанството во најголем дел, вработуваат најголем процент од населението, учествуваат во БДП и додадената вредност колку и големите корпорации, со клучно значење за поголема конкуренција и движењето на иновациите и се од голема важност за големите претпријатија. Поради големото економско значење, секторот на МСП во светски размери од страна на државните институции добива значајна помош и поддршка преку утврдување на стратегии и програми со јасно одредени мерки на финансиска и нефинансиска поддршка. На пример, во ЕУ главниот збор за прашањето на МСП го има Европската комисија, чија основна цел е да промовира успешно претприемништво и подобрување на деловното опкружување за МСП, со цел да го реализираат својот целосен потенцијал во денешната глобална економија. Тековно, целокупната поддршка на МСП во ЕУ се огледа преку стратегијата за поддршка, раст и развој на МСП, во форма на

т.н. Small Business Act (SBA) - збир на десет принципи кои треба да ги водат дизајнот и имплементацијата на политиките и во ЕУ и на национално ниво во секоја од земјите-членки. На тој начин, се создава заеднички терен за мали и средни претпријатија во ЕУ и подобрување на административната и правната средина.

Користена литература

- Allen, K. R. (2009), *“Launching New Ventures: An Entrepreneurial Approach”* 5th Edition, Houghton Mifflin Company;
- Barney, J. B. (2002), *“Gaining and Sustaining Competitive Advantage”*, 2nd Ed., NJ, Prentice Hall, pp. 159-172
- Baron, R. A. and Shane, A. S. (2005), *“Entrepreneurship: A Process with Perspective”*, South – Western, Ohio, p.84
- Baumol, J. W. (1990), “Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive”, *The Journal of Political Economy*, Vol. 98 (5), Part 1. October, pp. 893-921
- Breitzman, A. and Hicks, D. (2008), *“An Analysis of Small Business Patents by Industry and Firm Size”*, Small Business Administration, Office of Advocacy, No.335, November, pp. 1-60
- Buckley, P., Pass, C. and Prescott, K. (1988), “Measures of International Competitiveness: A Critical Survey”, *Journal of Marketing Management*, Vol. 4 (2), pp.175-200
- Burke A. and Hussels S. (2013), “How Competition Strengthens Start-ups”, *Harvard Business Review*, March, Harvard Business School Publishing, [Интернет] Достапно на: <http://hbr.org/2013/03/how-competition-strengthens-start-ups/ar/1>
- European Commission (2013), *“Enterprise and Industry: Small and medium-sized enterprises (SME’s)”*, [Интернет] Достапно на: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/index_en.htm#top (Пристапено на 04 Февруари 2013)
- European Commission (2009), *“European SMEs under pressure”*, pp.7-39. [Интернет] Достапно на: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/pdf/dgentr_annual_report2010_100511.pdf (Пристапено на 24 Јуни 2011)
- European Commission (2012), *“SBA Fact Sheet – Former Yugoslav Republic of Macedonia”*, Enterprise and Industry Report, pp.1-8
- Friedman, T. L. (2005), *“The World is Flat”*, Farrar, Straus and Giroux, NY, pp.446
- Griffin, W. R. (2002), *“Principles of Management”*, A&M University of Texas, Houghton Mifflin Company



- IBM Global Services (2010), “*Business impact of outsourcing: a fact-based analysis*”, IBM, p.4
- OECD (2002), “*Small and Medium-sized Enterprises: Local Strength, Global Reach*”, OECD Observer, p. 3
- АППРМ (2005), „*Извештај за МСП за 2004*“, Опсерваторија за МСП во РМ, Скопје, октомври, стр.36
- АППРМ, Опсерваторија за МСП во Р. Македонија (2005), „*Извештај за 2004 година*“, Скопје, октомври, стр.65-67
- Државен завод за статистика (2013), „*Соопштение: Демографија на претпријатија*“, Број: 6.1.13.04, јануари. [Интернет] Достапно на: <http://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstение.aspx?rbrtxt=83> (Посетено на 30 јануари 2012 г.)
- Државен завод за статистика на РМ (2009), „*Статистички годишник на РМ*“, Скопје, стр.60-294
- Државен завод за статистика на РМ (2011), „*Структурни деловни статистики*“, Соопштение бр. 6.1.11.19, стр.1. [Интернет] Достапно на: <http://www.stat.gov.mk/pdf/2011/6.1.11.19.pdf> (Пристапено на 2 април 2013 г.)
- Државен завод за статистика на РМ (2012), „*Македонија во бројки 2012*“, Скопје, стр.17-38
- Државен завод за статистика на РМ (2012), „*Статистички годишник на РМ*“, Скопје, стр.62-63
- Европска агенција за реконструкција (2004), „*Извештај за 2002 година*“, Опсерваторија за МСП во Р. Македонија, Скопје, стр.49
- Шуклев, Б. (2011), „*Менаџмент на малиот бизнис*“, Петто издание, Економски факултет - Скопје



УДК: 005.53:004.455

Стручен труд

Е-ОДЛУКИ - МОБИЛЕН ИНФОРМАЦИСКИ СИСТЕМ ЗА ПОДДРШКА НА ПРОЦЕСОТ НА ОДЛУЧУВАЊЕ

проф. д-р Ристо Христов¹, проф.д-р Ристе Темјановски², Јелена Горгеv³

Краток извадок

Конструирањето на електронскиот информациона систем подразбира процес на изградба на информациона систем во рамките на претпријатието. Овај процес се разликува од претпријатие до претпријатие, бидејќи пред секое претпријатие се поставуваат специфични барања. Сепак, фазите кои го сочинуваат овој процес се исти за сите претпријатија, но процесите во рамките на секоја фаза се различни. По донесувањето на одлуката, се пристапува кон изградбата на електронски информациона систем. Планирањето на развојот подразбира да се одредат целите, да се донесе развојна програма, да се споредат инвестиционите алтернативи и да се избере оптималната одлука. Финалниот резултат на овој труд е креирање на софтверска апликација наречена „Е-одлуки, мобилен информациски систем за поддршка на одлучување“ (*MISMO*, чија основна намена е поддршка на процесот на донесување одлуки од страна на врвните менаџери).

Клучни зборови: процес на донесување одлуки, електронски информациона систем, база на податоци, е-одлуки.

1. Associate Prof. Risto Hristov, PhD, EURM¹ University – Faculty of Informatics – Skopje, R.of Macedonia

2. Associate Prof. Riste Temjanovski, PhD, Goce Delcev² University – Faculty of Economics – Stip, R.of Macedonia e-mail: riste.temjanovski@ugd.edu.mk

3. M.Sc. Jelena Gorgev, EURM³ University – Faculty of Informatics – Skopje, R.of Macedonia



E-DECISIONS - MOBILE INFORMATION SYSTEM TO SUPPORT THE DECISION PROCESS

Ph.D. Risto Hristov Assoc.prof., Ph.D. Riste Temjanovski Assoc.prof.,
M.Sc. Jelena Gorgev

Abstract

The construction of an electronic information system means the process of building the information system within the enterprise. This process differs from company to company, because before each company sets specific requirements. However, the stages that make up this process are the same for all companies, but the processes within each stage are different. Following the decision, the next step is the Foundation building electronic information system. Development planning means to set goals, to bring development program, to compare investment alternatives and to choose the optimal decision. Final result of this paper is creating software application called “E-decisions, mobile information system to support decision-making” (MISMO, whose main purpose is to support decision making by top managers.

Key words: *decision-making, electronic information system, database, e-decisions.*

Вовед

Често пати се наоѓаме на помали или поголеми крстосници, каде што мора да се одлучи и да избере по кој пат ќе продолжиме понатаму за да донесеме вистинско решение на настанатиот проблем. Не секогаш ваквите одлуки се лесни, не толку важни или, пак, одложливи за подоцна, понекогаш претставуваат вистинска битка на умот, разните фактори кои влијаат (пари, време, здравје итн.) и моменталната ситуација. Сепак, донесувањето и на најмалата и најневажна погрешна одлука може да доведе до незадоволство, загуба, демотивација, регресивност. Процентот на можност за загуба расте пропорционално со итноста, важноста и сложеноста на одлуката, поради поголемиот потенцијал да се донесе погрешна одлука.

Сите луѓе би биле среќни кога не би морале сами да ги донесуваат одлуките и притоа да ризикуваат да згрешат, туку да може тоа да го прави некој друг и тоа без грешка. Во компаниите најчесто менаџерите се лицата кои треба да донесат важна одлука, која е во интерес на успехот и развојот на компанијата.



Но, кои би биле најчестите причини за еден менаџер да згреши при донесување одлука? Што најмногу влијае врз неговата вистинска проценка? Занемарувајќи ги степенот на образование, годините, искуството, моменталната здравствена и психичка состојба, паричните средства, мотивацијата, семејството и домот, ќе земеме еден фиктивен и хипотетички менаџер, кој да речеме е во средни 30-ти години, со високо образование и одлично работно искуство, крајно објективен, богат, среќен и здрав семеен човек полн со елан за работа и да го наречеме овој наш идеален менаџер – ИМ. Која е тогаш причината ИМ да направи грешка при донесување на одлука? Најпрво може да влијае моменталната ситуација на околината (фирмата, претпријатието, градот во кој се наоѓа, па дури и цела држава и пошироко), на пример, доколку постои да речеме економска криза во државата, можеби ИМ ќе одлучи да се направат повеќе инвестиции, а можеби ќе се реши за намалување на трошоците, во зависност од проблемот. Друго важно значење е итноста на одлуката, ако е краток временскиот период за кој треба да се донесе некоја одлука, понекогаш, може да се донесе лоша проценка, а со тоа и погрешна одлука. Важноста на одлуката исто така игра голема улога, колку одлуката е поважна и позначајна, толку повеќе таа е посложена и пообемна и неразгледувајќи ја целосно, повторно ИМ може да донесе погрешна одлука. Обемот на одлуката, исто така, има голема улога при донесувањето на правилна одлука, на пример, дали се работи за еден човек, група луѓе или можеби цело претпријатие и сите луѓе кои зависат од неговата одлука, може исто така да го отежне донесувањето на правилна одлука.

Без разлика на идеалноста и крајната објективност на ИМ, најголема улога при донесување на неправилна одлука е недостигот на целосни или вистинити информации. Значи, најважно од сè е ИМ да ги обезбеди сите можни информации и податоци поврзани со проблемот, откако истиот правилно и точно ќе го определи и, пред сè, тие информации да се вистинити и од доверлив извор. Откако точно ќе се согледа целата ситуација, целиот проблем, од сите можни аспекти кои се понудени со информациите со кои ИМ располага, тој може да прејде кон решавање на некои задачи или извршување на некои акции кои помагаат при доближување до одлуката и решение на проблемот. Најчесто постојат повеќе решенија кои се помалку или повеќе соодветни и правилни, односно погрешни, па треба да се одбере кое највеќе ќе одговара во однос на ситуацијата или проблемот или да се направи комбинација од повеќе решенија. Откако ќе се изнајдат сите алтернативни решенија и ќе се рангираат по важноста сите акции и задачи поврзани со дадениот проблем, ИМ е подготвен да ја донесе својата одлука, која проценил дека е најсоодветна и најправилна.



1. Информациски систем за поддршка на одлучување

Менаџерско одлучување е процес на утврдување на проблемот, формулирање на алтернативни решенија на проблемот, селектирање на алтернатива, спроведување на решението и негова контрола. Одлучувањето не е лесна задача и претставува вистински предизвик за менаџерите, а резултат на процесот на одлучувањето е одлуката. Одлуката е избор направен од повеќе расположливи алтернативи.

Одлучување е избор на една алтернатива со која се насочува текот на акцијата и се решава проблемот. Процесот на одлучување е рационален обид на менаџерот да ги оствари целите на претпријатието. Процесот на менаџерско одлучување го сочинуваат следните 7 фази (чекори): 1. дефинирање на проблемот, 2. прибирање информации, 3. формулирање алтернативи, 4. оценување на алтернативите, 5. избор на алтернатива, 6. примена на избраната алтернатива и 7. контрола (следење).

Одлуките кои ги донесува еден менаџер може да бидат: 1. организациски, 2. персонални, 3. основни, 4. рутински, 5. стратемиски, 6. тактички, 7. програмирани и 8. непрограмирани.

Организациски одлуки се прифаќањето стратегии, поставувањето цели, формулирањето политика и планови и тие често се делегираат на други членови за извршување.

Персоналните одлуки ги донесува менаџерот како индивидуа, а не како член на претпријатието или друга организација и тие се однесуваат на менаџерот (да се смени работната организација, да се прекине членството во некоја асоцијација итн.).

Основните одлуки имаат судбоносно значење за претпријатијата и неповторливи се по својата природа (освојување на нови пазари или воведување на нов производ, дислокација на претпријатието итн.).

Рутинските одлуки се повторливи и незначително влијаат врз претпријатието (промоција на кадри, вработување на високообразовни кадри, одредување плата на новите вработени итн.).

Тактичките одлуки се однесуваат на краток рок и не се комплексни, тие се од посебна важност за претпријатието во период од една година, со цел поуспешно приспособување на пазарните услови на стопанисување и остварување на стратемските одлуки.

Стратемските одлуки се комплексни и се однесуваат на подолг рок и се важни за долгорочното насочување на производството на претпријатието. Вклучуваат усогласување на активностите во едно или повеќе подрачја во делокругот на претпријатието, како и на усогласување на активностите на претпријатието со расположливите ресурси, но и со опкружувањето во кое претпријатието дејствува.



Програмираните одлуки се повторливи, јасно дефинирани и рутински и за нив постои деловна политика (сервисирање и продажба на производи, вработување и плаќање на вработените итн).

Непрограмираните одлуки се подготвуваат за неповторлива единствена ситуација која не се случила претходно (воведување нов производ или изградба на нова фабрика или затворање на претпријатието поради загуба...). Овие одлуки се многу сложени, но и важни за еден менаџер, бидејќи врвен менаџер треба да носи непрограмирани одлуки, додека менаџер од пониско ниво треба да се сконцентрира на програмирани одлуки.

2. „Е-одлуки“, мобилен информациски систем за поддршка на донесување на менаџерски одлуки

Финалниот резултат на овој труд е креирање на софтверска апликација наречена „Е-одлуки, мобилен информациски систем за поддршка на одлучување“ (*MISMO*), чијашто основна намена е поддршка на процесот на донесување на одлуки од страна на врвните менаџери.

MISMO е хипермедијален систем, бидејќи при поддршката за донесување на одлуки ги користи сите позитивности на медијата, хипермедијата и анимацијата. Некои карактеристики има преземено од страната на менторските системи (му нуди препораки на менаџерот), но сепак главната улога при донесување на конечната одлука ја има менаџерот. Поддржува донесување на структурирани и неструктурирани одлуки.

Системот има модуларна структура. Секој модул може да работи самостојно, но само интегрирано целосно ја извршуваат функционалноста на системот. Структурата е модуларна во насока на поголема флексибилност за развој и надградба на системот.

Модуларната структура се состои од следните модули:

- модул *Идентификација на проблемот*;
- модул *Одредување на задачи за решавање на проблемот*;
- модул *Рангирање на задачите по важност за решавање на проблемот*;
- модул *Барање на алтернативни решенија за извршување на задачите*;
- модул *Донесување на одлуки за избор на најоптимално решение*.

Модулот *Идентификација на проблемот* врз основа на достапните информации го дефинира проблемот во неговата суштина со сите позитивни и негативни карактеристики.

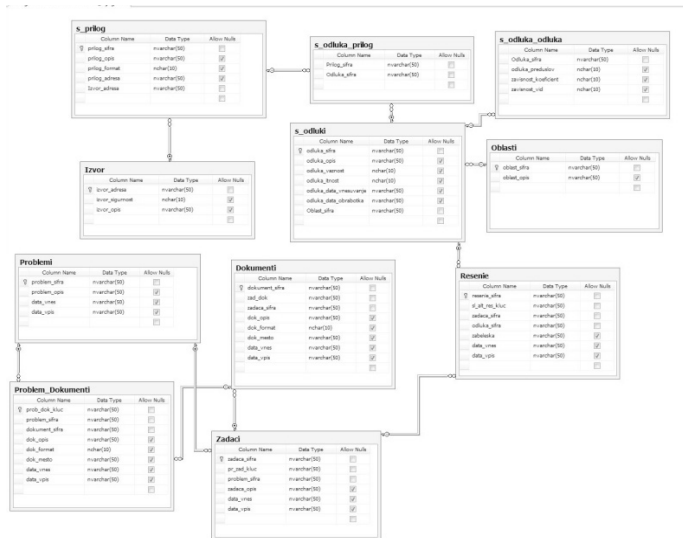


Модулот *Одредување на задачи за решавање на проблемот* го анализира описот на проблемот од претходниот модул и врз основа на анализата ги одредува и рангира задачите по важност и приоритет на извршување.

Модулот *Барање на алтернативни решенија* за извршување на задачите, врз основа на описот на проблемот и предложените задачи приготвува алтернативни решенија. Секое решение го објаснува детално со сите позитивни и негативни страни. Предложува редослед на решенијата спрема вредноста на тежинскиот фактор.

Модул *Донесување на одлуки за избор на најоптимално решение* ги анализира сите алтернативни решенија и донесува конечна одлука.

3. База на податоци „Е-одлуки”



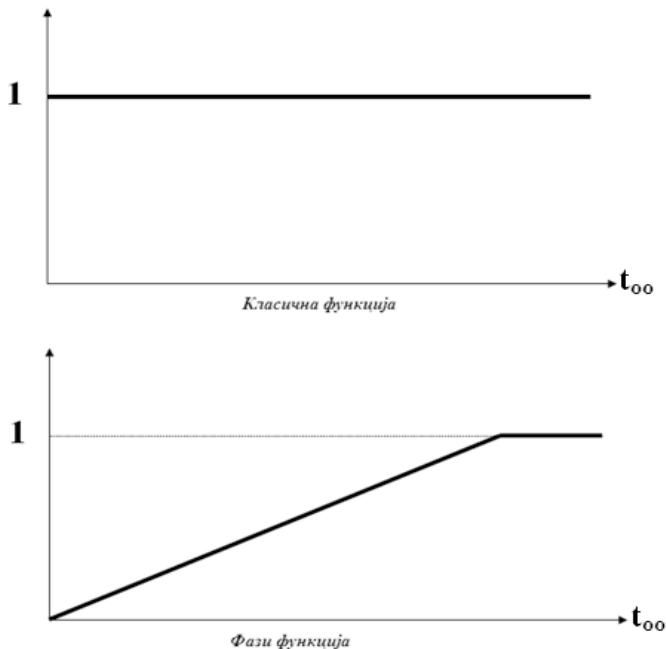
Слика 1. Е-одлуки (E_odluki) - база на податоци/знаење релевантни за донесување одлуки



Основа на системот е базата на податоци/знаење наречена E_odluki (слика 1).

Базата на податоци/знаење се состои од следните датотеки:

- $Odluki$ е датотека за опис на одлуките кои менаџерот ги донел или треба да ги донесе;
- $Odluka_odluka$ е датотека на предусловната зависност на донесувањето на нова одлука од претходните одлуки, односно до која мерка од минатите одлуки зависи донесувањето на новата одлука. Таа предусловна зависност е одредена со таканаречениот тежински коефициент t_{oo} чија вредност се менува од 0 до 1 (од 0 до 100%). Тежинскиот коефициент се одредува со помош на тежинска функција f_{oo} . Претходните одлуки се делат во две групи: претходни одлуки кај кој t_{oo} има фиксна вредност 1 (новата одлука – изборот меѓу алтернативните решенија не може да го донесе ако претходната одлука не е донесена) и претходни одлуки каде што $0 < t_{oo} < 1$ (се менува линеарно). Кај првата група тежинската функција која го одредува коефициентот е класична функција, а за втората група е фази функција (слика 2).



Слика 2. Дијаграм на класична и фази функција



- *Oblasti* датотека на опис на областа во која припаѓа одлуката;
- *Odluka_prilog* датотека за преглед на прилозите кои се придружени кон соодветната одлука и кои ѝ помагаат при изборот на едно од алтернативните решенија. Прилозите се рангирани по важност при донесување на одлуката. Важноста зависи од коефициентот t_{op} чијашто вредност се менува од 0 до 1. Прилозите со коефициент $t_{op} = 1$ задолжително мораат да се проучат пред да се донесе одлуката.
- *Prilog* датотека за опис на секој прилог одделно, адресата каде што прилогот е сместен, неговиот формат и сигурност. Прилозите се во дигитален облик, односно можат да имаат текстуален, хипертекстуален, мултимедијален, хипермедијален, аудио или видео формат.
- *Odluka_resenie* датотека која ги поврзува понудените алтернативни решенија со донесената одлука. Во оваа датотека алтернативните решенија се рангирани во зависност од тежинскиот коефициент t_{or} . t_{or} се состои од следните компоненти: t_{or1} тежински коефициент кој го вреднува придонесот на решението за остварување на целите при исти услови, t_{or2} коефициент кој добива вредност во зависност од потребното време за остварување на целите (има помала вредност ако времето е подолго и обратно), t_{or3} чијашто вредност е поголема ако односот трошоци / профит е помал, t_{or4} чијашто вредност ја одредува менаџерот/те според своето искуство и интуиција, t_{or5} со вредност одредена со потребните материјални ресурси за остварување на целите, t_{or6} со вредност одредена со потребните финансиски ресурси за остварување на целите, t_{or7} со вредност одредена со потребните кадровски ресурси за остварување на целите ($t_{or} = t_{or1} + t_{or2} + t_{or3} + t_{or4} + t_{or5} + t_{or6} + t_{or7}$). Вредноста на коефициентите ја одредува менаџерот/ менаџерите кој ја донесува одлуката за избор на најдоброто алтернативно решение.
- *Resenie* датотека со податоци за опис на понудените алтернативни решенија.
- *Zadaci* датотека со податоци за задачите кои се потребни за дефинирање на алтернативните решенија.
- *Zadaci_problemi* која ја дефинира врската меѓу дефинираните проблеми и потребните задачи за изнаоѓање на решенија за решавање на проблемот.
- *Zadaci_dokumenti* датотека која ги поврзува сите документи кои се потребно да се проучат за извршување на дефинираната задача.
- *Dokumenti* датотека која ги опишува документите потребни за извршување на задачите.



- *Problemi* датотека со опис на констатираните проблеми за кои треба да донесе одлука за избор на едно од понудените алтернативни решенија.
- *Problemi dokumenti* датотека која ги поврзува сите документи кои се потребно да се проучат за дефинирање и анализа на проблемите.

Оваа апликација е десктоп апликација. Таа е направена со помош на Microsoft Visual Studio 2008, SQL server 2005 и SQL Express Management Studio 2005. Со Microsoft Visual Studio 2008 е направена апликацијата и нејзиниот графички интерфејс, а со SQL server 2005 и SQL Express Management Studio 2005 е направена база на податоци со која комуницира оваа апликација.

4. Фази и евалуација со користењето на „E-odluki“ мобилен информациски систем за поддршка на донесување на менаџерски одлуки

При користење на системот менаџерот е потребно да ги помине следните фази:

- идентификација на проблемот и дефинирање на задачите;
- снимање и анализа на постоечката состојба;
- барање, односно генерирање на алтернативни решенија;
- вреднување на алтернативните решенија;
- донесување на одлука;
- спроведување и контрола на одлуката.

Во тек е евалуацијата на системот во неколку организациони единици во Скопје. Првичните резултати даваат охрабрувачки резултати.

Откако ќе се ажурираат дополнителните погодности, во план е понатамошен развој на апликацијата како веб-апликација која ќе овозможи нејзино користење и на некомпјутерски уреди (мобилни телефони, паметни телефони, iphone, iPod...) која ќе функционира, покрај Windows платформата и на Android системите.

Заклучок

Процесот на донесување одлуки, особено зголемувањето на процентот на донесување на правилна одлука, бара да се изнајде некој ефикасен начин за опфат, преглед, поврзување и адресирање на информациите поврзани директно за конкретниот проблем, задача, одлука или решение. Еден од начините за постигнување на тоа е со помош на апликацијата E-одлуки. Оваа апликација е десктоп апликација. Таа е направена со помош на



Microsoft Visual Studio 2008, SQL server 2005 и SQL Express Management Studio 2005. Со Microsoft Visual Studio 2008 е направена апликацијата и нејзиниот графички интерфејс, а со SQL server 2005 и SQL Express Management Studio 2005 е направена база на податоци со која комуницира оваа апликација.

Користена литература

- Cavusgil, S.T., Knight G., Riesenberger R.J.: *International business: strategy, management and new reality.* New Jersey: Pearson: Prentice Hall, 2008
- Čičin-Šain Dijana: *“Skripta iz Osnova menadžmenta”*, Visoka škola za turistički menadžment, Šibenik.
- Hill, Charles W. L., *International business: competing in the global marketplace*, 6th Edition, McGraw-Hill/Irwin, 2007, 90-91
- Лаудон К., Травер Г.К.(2010): *Електронска трговија: бизнис, технологија, општество*. Скопје: Арс ламина, 2010.
- Loshin Pete, Vacca John: *Electronic Commerce*, [Fourth Edition]. Hingham, Massachusetts: Charles River Media, Inc., 2004
- Темјановски Р.: *Претприемнички маркетинг менаџмент*. Скопје: Европски универзитет, 2008.
- Темјановски Р.: *Е-бизнис*. Скопје: Европски универзитет, 2009.
- Шуклев Бобек: *„Менаџмент“*, Економски факултет, 5 издание, Скопје 2008, ISBN: 978-9989-113-91-8
- <http://msdn.microsoft.com/en-us/library/52f3sw5c%28v=VS.90%29.aspx>
- <http://support.microsoft.com/kb/983509>
- <http://msdn.microsoft.com/en-us/library/ms170910.aspx>
- <http://www.microsoft.com/sqlserver/en/us/product-info/compare.aspx>



ИЗВЕШТАЈ ЗА ФИНАНСИСКАТА СОСТОЈБА – ПОДГОТОВКА И АНАЛИЗА

доц. д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска¹, Ивана Динева²

Краток извадок

Во финансиското сметководство, билансот на состојба или како што сè почесто се среќава – извештајот за финансиска состојба претставува преглед на сите средства, обврски и капитал на една компанија. Тој претставува слика за финансиската состојба на компанијата во еден момент. За разлика од извештајот за финансиска состојба, извештајот за финансискиот успех претставува периодичен финансиски извештај, кој го прикажува остварениот финансиски резултат на компанијата, за еден пресметковен период, најчесто една година. Само заедно, како целина, сите финансиски извештаи даваат целосна слика за работењето на една компанија. Ниту еден финансиски извештај не е поважен од останатите.

Стандардниот извештај за финансиска состојба содржи три сегменти: средства, обврски и сопственички капитал. Секоја од овие категории се состои од бројни сметководствени ставки, преку кои се евидентираат различните видови на средства, обврски и капитал кои ги поседува компанијата.

Сочинувањето на извештајот за финансиска состојба се заснова на основниот принцип на билансна рамнотежа, што значи дека вредноста на вкупните средства мора да бидат еднакви на вкупните обврски на компанијата. Содржината на одделните ставки во извештајот за финансиска состојба се разликува кај различните компании и индустрии, па така не постои шаблон кој прецизно би се почитувал од страна на различните видови на бизниси. Секој извештај за финансиска состојба го одразува карактерот на дејноста, големината и комплексноста на работење на компанијата за која се однесува.

1. Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет, ул. „Крсте Мисирков“ бб, 201 Штип, Р.Македонија, olivera.trajkovska@ugd.edu.mk

2. Студент на постдипломски студии, насока Финансиско известување и ревизија, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, dineva_mk@yahoo.com



Клучни зборови: *извештај, состојба, средства, обврски, капитал, анализа.*

Asist. Prof. Olivera Gjorgieva-Trajkovska, Master student Ivana Dineva

Abstract

In financial accounting, a balance sheet also called the statement of financial condition, is a summary of a company's assets, liabilities, and owners equity. A balance sheet is often described as a "snapshot of a company's financial condition". The income statement, in contrast, shows the company's revenues and profits over a certain period. One statement is not better than the other; together they present a complete picture of a company's finances.

A standard company balance sheet has three segments: assets, liabilities and ownership equity. Each of the three segments of the balance sheet has many accounts within it, documenting the value of each one. Accounts such as cash, inventory, and property are on the asset side of the balance sheet, and accounts such as accounts payable and long-term debt fall on the liability side.

Balance sheets are usually presented with assets in one section and liabilities and net worth in the other section with the two sections "balancing". Accounts on a balance sheet differ by company and by industry, as there is no set template that accurately accommodates the differences between different types of businesses.

Key words: *balance sheet, assets, liabilities, capital, statement, analyze, indicators.*

Вовед

Во суштина билансот на состојба или извештајот за финансиската состојба претставува документ врз основа на кој може да се согледа материјално-финансиската состојба, односно кондицијата на субјектот.³ Извештајот за финансиската состојба претставува систематичен приказ на состојбата на средствата и на изворите на определен ден. Тој ден, обично, е последниот ден од годината, но може да биде: последниот ден од првото полугодие, последниот ден од одделните квартали или месеци, или кој било ден од годината.

Во билансот на состојбата се разликуваат два дела: во првиот дел –активата се искажуваат средствата на претпријатието систематизирани според нивната намена и според степенот на ликвидноста, а во вториот дел

3. Д-р Гордана Витанова: „Основи на сметководство“, стр.263



– пасивата се прикажуваат изворите на средствата според нивното потекло (обврски или сопствени) и според рочноста (должината на времето во кое тие би можеле да се користат – краткорочни, долгорочни или трајни).

Математичката еднаквост на вкупната актива и вкупната пасива (средствата = капиталот + обврските) се нарекува билансна рамнотежа, а таа претставува една од квантитативните одлики на билансот. И во обичниот говор се среќава изразот „да се избалансира“, што значи нешто да се урамнотежи. Билансната рамнотежа е еден вид сметководствена аксиома, бидејќи таа секојпат постои, а евантуалното несовапаѓање на средствата и изворите на средствата е знак дека билансот е неточен, бидејќи некаде е направена сметководствена грешка, поради што таквиот биланс се смета како неисправен.

1. Содржина на извештајот за финансиската состојба

Извештајот за финансиската состојба е составен од два дела кои треба да се наоѓаат во равенство. Активата ја сочинуваат сите деловни настани што имаат влијание врз имотот и обврските на деловниот субјект. Почнувајќи од постојаните средства, на којшто временскиот период на користење им е подолг од една година, а истите можат да се дефинираат како:

- нематеријални средства, што се користат за производство или за административни потреби и физички не се опипливи, а во нив спаѓаат: лиценци, патенти, концесии, авторски права, заштитни знаци и слично;
- материјални средства на којшто употребливоста им е поголема од една година, физички се опипливи и служат за повеќе производствени циклуси, при што континуирано му ја пренесуваат својата вредност на новото производство, а во нив спаѓаат: опрема, алати, згради, земјиште, транспортни средства и сл.;
- долгорочните финансиски вложувања ги претставуваат сите вложувања што имаат подолг рок од една година, а такви се: задолжителните долгорочни вложувања, вложувањата во акции, добиените кредити, депозитите и кауциите и слично.

Средствата коишто во текот на една година повеќепати минуваат низ репродукцискиот процес и притоа се трансформираат од еден во друг вид ги претставуваат обртните средства. Во нив спаѓаат следниве:

- Залихите, без коишто ниту еден деловен субјект не може да го замисли тековното работење, а такви се: залихите на суровини и материјали, трговските стоки, недовршеното производство, готовите производи и др.;



- Краткорочните финансиски вложувања во коишто спаѓаат акциите, уделот во субјекти, откупувањето на сопствени акции и сл.;
- Краткорочните побарувања се однесуваат на тековните побарувања од купувачите и тоа од меѓусебните субјекти;
- Готовите парични средства со коишто располага деловниот субјект во вид на пари во касата, пари на девизна сметка и пари на жиро-сметката. Сите тие ги претставуваат паричните средства.

Стабилноста и големината на определен деловен субјект можат да се согледаат од ставката на капиталот и резервите, коишто се сместени во пасивата на билансот на состојба.

Капиталот и резервите даваат точна претстава за тоа колку деловниот субјект е задолжен и каква е неговата сигурност, а во тој контекст можат да се наведат следниве елементи:

- Запишаниот капитал, што ја претставува главницата на основачите на деловниот субјект. Тој може да биде запишан во форма на акционерски капитал, државен капитал и капитал на вложувачите;
- Акумулираната добивка, што зависи од нераспределената добивка од претходните години;
- Резервите ги опфаќаат законските резерви и резервите од сопствени акции;
- Пренесената загуба ја прикажува висината на загубата од претходните години и има негативен одраз;
- Добивката од финансиската година, што ја претставува нето добивката којашто е остварена во тековниот период, а се однесува на билансот на состојба;
- Загубата за финансиската година го претставува остварениот негативен финансиски резултат.

Дали реализираните средства се ангажирани и наменски искористени може да се види од претходно прикажаната структура на средствата и изворите. Врз основа на ваквиот финансиски извештај, деловните субјекти ќе можат да донесуваат правилни деловни одлуки, што ќе немаат несакани последици врз нивниот капитал.

2. Вреднување на позициите во извештајот за финансиска состојба

Вреднувањето на позициите во извештајот за финансиска состојба претставува процес на утврдување на вредноста на сите ставки, изразени во парични износи, во валутата на земјата каде што се составуваат финансиите извештаи.

Може да се користат различни методи за вреднување на билансните позиции во финансиските извештаи и нивниот избор е поврзан со пресметката и искажувањето на периодичниот финансиски резултат.



Проблематиката на вреднување на позициите во билансот на состојба посебно доаѓа до израз кога одредено средство треба да се продаде, преотстапи, подари и други слични ситуации, но и кога се сака да се согледа големината на одделни групи или подгрупи на средства или да се добие информација за вредноста на вкупните средства со кои располага компанијата. Определувањето на вредноста на билансните позиции, било поединечно или групно, се врши преку употреба на цените, како заедничко мерило во процесот на проценување на вредноста.

Фактот што во практиката постојат најразлични видови на цени кои може да се користат во процесот на вреднување на билансните позиции покажува дека примената на тие различни цени доведува и до утврдување на различни вредности на една иста ставка. Затоа и постојаната дилема кој вид на цена да се примени, со која би се овозможила реална процена на билансните позиции и истовремено реално информирање на интерните и екстерните корисници на финансиските извештаи за вистинската состојба на компанијата.

Постоењето на различни цени во практиката отвора простор и за многу манипулации, во правец на користење на онаа цена која најдобро го изразува она што се сака да се постигне, а не што е вистинска состојба. Затоа и треба да се посвети големо внимание на правилниот избор на цената со која ќе се врши вреднувањето на билансните позиции и со која ќе се овозможи: реално искажување на состојбата на средствата, изворите, расходите и приходите; реално утврдување на трошоците во работењето; реално утврдување на финансискиот резултат и понатаму негова реална распределба.

Основните видови на цени кои се користат во практиката за вреднување на билансните позиции во билансот на состојба се:⁴

- Набавната вредност е трошокот кој е направен од страна на компанијата за прибавување на одредено средство и таа ја содржи фактурната вредност и сите трошоци поврзани со набавката, т.н. зависни трошоци. Предноста на оваа цена е тоа што е стварна цена, бидејќи ги опфаќа конкретно потрошените средства за набавката и е документирана, затоа што постојат документи за секоја набавка, кои ја прават веродостојна и објективна. Основна слабост на набавната цена е тоа што таа ги губи своите предности во услови на променливост - нестабилност на националната валута, особено во услови на инфлација, кога доаѓа до нереално искажување на вредноста на билансните позиции.
- Дневна цена (вредност) е вредност која може да се користи во

4. Ball Ray, S.P.Kothari, "Financial Statement Analysis", McGraw-Hill, 1994. pp 212.



проценка на средствата, независно од тоа дали е дневна набавна, дневна продажна, берзанска и слично. За оваа цена се смета дека е реална во моментот на проценката на средствата, за разлика од набавната цена која е реална во моментот на набавката, но не и кога се врши проценката. Овој вид на цена има и многу слабости кои ја отежнуваат нејзината примена, како: тешкото утврдување и неможнота истата да се докаже и документира, со што може да добие субјективен карактер и да се искористи за манипулативни цели.

- Пониска цена не претставува посебен вид на цена, туку со овој термин се означува дека во вреднувањето на билансните позиции се зема пониската цена од дневната и набавната цена, со цел да се задоволи принципот на претпазливост.
- Репродукциона цена е цената која треба да овозможи проста репродукција на средствата и истата се јавува во три основни облици: а) репродукциона цена во моментот на билансирање; б) репродукциона цена во моментот на трошење на средствата и в) репродукциона цена во моментот на замена на истрошените средства. Од теоретски аспект оваа цена има големи предности, меѓутоа во практиката не се користи поради тоа што не може да се докаже и документира и може да добие субјективен карактер.
- Функционалната вредност е вредноста која ја добива одредено средство во зависност од функцијата што ја врши во една компанија, што значи дека оваа вредност може да биде различна во различни компании. Во практиката овој вид на цена речиси воопшто не се користи.
- Ликвидациона цена се користи во вреднувањето на средствата на компанијата само во одреден момент, т.е. на крајот на животниот век на компанијата, кога таа престанува да ја врши својата редовна активност. Според оваа цена се вреднува целокупниот имот на компанијата, за да се изврши негово претворање од материјален во паричен вид, со цел да се подмират обврските и да се изврши ликвидацијата.
- Ревалоризирана вредност е вредноста што се базира на набавната вредност, која се користи во услови на нестабилност на националната валута, услови на инфлација. Со неа се врши корекција на набавната вредност и усогласување на вредноста на средствата со општото ниво на промена на цените.

Пасивата го покажува потеклото на средствата со кои располага компанијата, од сопствени или туѓи извори. Тука спаѓаат сите обврски на компанијата и капиталот. Обврските на компанијата, независно дали



се краткорочни или долгорочни, во основа се позиции од монетарен карактер и доколку гласат на домашна парична единица се вреднуваат според нивниот номинален износ.

Обврските кои се во странска валута, како немонетарни позиции, се проценуваат според вредноста на номиналниот износ на странската валута и кога се претвораат во домашна валута се користи курсот на денот на билансирање.

Вреднувањето на капиталот во билансот на состојба се врши според неговата номинална вредност, односно по книговодствената вредност која се добива од соодветните сметки на кои се води, зависно од појавните облици кои се различни во различните сопственички структури.

3. Финансиски показатели од извештајот за финансиска состојба

Вредностите во финансиските извештаи сами по себе не можат да бидат основа за донесување на квалификувани оценки за тековната состојба и успехот на компанијата. Токму заради тоа е потребно да се пресметаат финансиски показатели, преку кои ќе се оцени финансиската состојба на една компанија. Финансиските показатели се релативни показатели и ги претставуваат односите меѓу одделни билансни позиции.⁵

- Тековното рацио го покажува соодносот помеѓу средствата кои можат брзо и лесно да бидат претворени во готовина (тековни средства) и обврските кои треба да бидат платени во блиска иднина (тековни обврски). Тековното рацио со вредност 2 или 2:1 покажува дека компанијата располага со тековни средства со вредност двојно поголема од вредноста на обврските кои треба да ги плати во блиска иднина.
- Показателот за забрзана ликвидност или брзо рацио покажува способност за намиравање на тековните обврски под претпоставка дека залихите не може да се продадат. Врз основа на искуствата се верува дека коефициентот на забрзана ликвидност е 1,00 или повеќе и се смета дека сите тековни обврски ќе бидат намирени на време.

Работно расположливиот капитал или работен капитал претставува разлика меѓу тековната актива и тековната пасива. Тој дава информација за висината на капиталот кој стои на располагање за задоволување на тековните обврски и несаканите парични издатоци. Ако работниот капитал е негативен, ликвидноста е загрозена, бидејќи тоа значи дека долготрајната актива се финансира од тековните обврски. „Идеалната“ висина на работниот капитал би требала да биде еднаква на половина од тековната актива.

5. Frank J. Fabozzi, Pamela P. Peterson, “Financial management & Analysis”, John Wiley and Sons, 2003, pp.722



Показателите на обрт на средствата го покажуваат односот на остварените приходи односно направените расходи на претпријатието во тековната година и поединечните вкупни вложувања во средствата.

Показателот за вкупно задолжување претставува однос на вкупните обврски на претпријатието и вкупните извори на средства. Нето книговодствената вредност на средствата се добива кога вкупните средства на компанијата ги делиме на бројот на издадени обврзници, преференцијални и обични акции, зависно од тоа дали ја утврдуваме нето вредноста на средствата по обврзница, преференцијална акција или обична акција. Показателот на капитализација кој е тесно поврзан го покажува процентуалното учество на секој вид хартија од вредност издадени од претпријатието.

Финансиските показатели може да бидат конструирани на следниве четири начини:

- Како показатели (стапки) на покриеност. Стапката на покриеност претставува мерка на способноста на компанијата да ги „покрие“ или излезе во пресрет на одредени конкретни финансиски обврски. Како именител во соодносот може да се јави кој било вид на обврска, како што е обврската за камата или рента, додека како броител се јавува вредноста на средствата на компанијата кои се расположливи за извршување на тие обврски.
- Како стапки на враќање. Стапката на враќање ја покажува нето користа што се добива од конкретна инвестиција или извор на средства. Нето користа е вредноста која останува по покривање на сите трошоци, како што се оперативната или нето добивката, додека како извори на средства може да се јават вкупните средства, фиксните средства, залихите или кое било друго вложување.
- Како стапка на обрт. Стапката на обрт претставува мерка за тоа колку добива компанијата од вложувањето на средствата. Овие показатели ги споредуваат бруто користите од одредена инвестиција или активност со вредноста на средствата неопходни за нивна реализација.
- Како пропорционален дел (процент). Показателите изразени во проценти претставуваат сооднос на вредноста на конкретни ставки од финансиските извештаи, како пример продажбата, со одредени вкупни вредности во истите финансиски извештаи, пример нето добивката.

Постојат толку многу различни финансиски показатели колку што постојат и можни комбинации на ставки кои се јавуваат во билансот на состојба, билансот на успех и извештајот за парични текови.



Заклучок

Почетното место на анализата на компанијата е типично *извештајот* за финансиската состојба. Тој на корисниците, доверителите или инвеститорите, им обезбедува информации во врска со изворите на финансирање кои се на располагање за проектите или инфраструктурата. Истовремено тој обезбедува информации за идниот капацитет на заработка на средствата на компанијата, како и укажување за паричните текови кои се содржат во побарувањата и залихите.

Билансот на состојба обелоденува што поседува едно претпријатие и што должи во определен временски момент а тоа е и причината што се нарекува извештај за финансиската состојба. Капиталот претставува дел кој им припаѓа на сопствениците или акционерите на бизнисот. Капиталот е остаточен интерес во средствата на компанијата откако ќе се одземат обврските. Вредноста на капиталот се зголемува со секоја генерација нови средства, по бизнисот сам за себе или со профитите направени во текот на годината и се намалува со загубите или повлекувањата во форма на дивиденди.

Аналитичарот мора да ја разбере структурата и формата на извештајот за финансиската состојба, со цел да ја вреднува ликвидноста, солвентноста и севкупната финансиска позиција на компанијата.

Користена литература

- Ball Ray, S.P.Kothari, “Financial Statement Analysis”, McGraw-Hill, 1994.
Витанова. Г. „Основи на сметководство“, стр.263
Friedlob G. Thomas, Plewa James Franklin, “Understanding Balance Sheets”, John Wiley and Sons, 1996.
Frank J. Fabozzi, Pamela P. Peterson, “Financial management & Analysis”, John Wiley and Sons, 2003.
Horngren Charles, Gari L. Sandem, John A.Eliot, “Basics of financial accounting:”, Person Education Inc., 2002.
Т. Русевски, Б. Недев, З. Божиновска, Љ. Јаневски, З. Миновски; Вовед во сметководството, Скопје, 2004.



КАКО ДО КВАЛИТЕТНА ЕКОНОМСКА ПРОЦЕНКА?

д-р Круме Николоски

Abstract

In recent years the economic evaluation is an integral part of research into health services and no doubt becoming more influential. The core activities of public health are evaluating the costs and cost-effectiveness of prevention programs. A comparison of various preventive and curative strategies, as well as decisions concerning the allocation of limited health resources depend on getting accurate and relevant cost and effective data. For better understanding of effective methods of prevention, for effective implementation of programs and interventions as well as effective use of limited resources we will respond how to achieve quality economic evaluation.

Key words: *public health, prevention programs, economic evaluation, health resources, health services.*

Програми и интервенции во здравствената заштита

Здравствените програми се меѓусебно поврзани превентивни активности, интервенции или проекти со формален збир на процедури и карактеристики, дизајнирани да го имаат посакуваниот исход. Програмите во оваа смисла можат да бидат сметани како специфичен тип на социјална интервенција, варирајќи во смисла на поле, комплексност и временска рамка.¹

Секоја програма има неколку чекори коишто шематски можат да се прикажат во круг.²

1. **Потребата од проценка.** Ова е чекор каде што се собира информацијата за здравствениот проблем на заедницата. Врз основа на оваа информација се овозможува да се откријат претпоставките

1. Sethi et al 2004

2. Health Promotion and Disease Prevention, A Handbook for Teachers, Researchers, Health Professionals and Decision Makers, 2007



за потребите или проблемите и за целите што треба да се постават и достигнат.

2. **Планирањена програмата.** Во овој чекор се користат претпоставките поставени по претходниот чекор за да се планираат активностите на програмата.
3. **Споредување на програмата.** Овој чекор се однесува на следење на активности во согласност со планот. Спроведувањето може да биде во однос на операционалниот и акциониот план коишто заеднички ги поставуваат: концептот на конкретните активности, временската рамка, одговорностите, буџетот и друго, со цел постигнување на различни цели на програмата.
4. **Проценка на програмата.** Како се движиме низ програмата така сакаме да знаеме колку далеку отишла програмата и колку е таа ефективна во остварувањето на нејзините цели.

Интервенцијата е поим што се користи за да ги означат сите јавни дејствија, како на пример дејствијата на политиките, програмите, проектите. Интервенцијата е дејство или програма која има за цел да донесе видливи резултати. Планираните и посакуваните ефекти на една интервенција коишто се изразени во однос на резултатите се општи цели на таа интервенција.

Јавноздравствената интервенција вклучува:

- политиката на владините и невладините организации;
- закони и регулации;
- организациски развој;
- развој на заедницата;
- образование на индивидуите и заедниците;
- развој на инженерство и технологија;
- развој на услуги и испорака;
- комуникација, вклучувајќи социјален маркетинг.

Со цел да се намали оптовареноста од болести и да се подобри здравствениот статус на населението, алокацијата на расположливите ресурси треба да биде во согласност со научно определени приоритети. Лекарите во јавното здравство треба да обезбедат програми за ефективна здравствена промоција и превенција, како и корист од потрошените ресурси за нивните корисници на здравствени услуги. Проценката на ефикасноста на програмите и интервенциите и нејзините трошоци претставуваат нераздвоен дел на процесот на креирање на здравствената стратегија.



Економијата поврзана со здравствената заштита е комплексна и затоа постојат бројни методи на економска проценка. Целосната економска проценка опфаќа проценка и на трошоците и на резултатите и таа е идеална за споредба на ефикасноста од третманите, односно лекувањата. Исто така, поединечните проценки можат да обезбедат корисни информации за придонесот на трошоците за лекување и терапија, како целина.

Аспекти на економската проценка

Економската проценка претставува систематска проценка на трошоците и добивките од проектите за да се определи релативната економска ефикасност на програмата.³ Проценката може да се дефинира како анализа која е инволвирана во алокација на ретките ресурси помеѓу конкурентните алтернативи на користење и дистрибуција на производи од оние користи помеѓу членовите на социјалната средина.⁴ Економската проценка може да се дефинира и како „споредбени анализи на алтернативните правци на дејствување во однос на нивните трошоци и последици“.⁵ Основната задача на економската проценка е да ги идентификува, мери и вреднува трошоците и последиците (ефект), имајќи ги предвид споредбените анализи помеѓу различните алтернативни правци. Таа вклучува две главни подрачја:

1. Трошоците и последиците на програмата,
2. Да се направи правилен избор во алокацијата на ресурсите.

Оттука, економската евалуација претставува збир на техники за анализа кои можат да се употребат за собирање на докази и за споредба на очекуваните трошоци и последици од различни процедури и здравствени програми, со цел евалуацијата да ја процени ефикасноста од лекувањето. За таа цел, во процесот на планирање на економска евалуација се разликуваат три различни области кои меѓусебно се поврзани.⁶

Првата е област на **техничка проценка** која вклучува опис на медицинските, односно техничките критериуми во извршувањето на техниката или производот што, всушност, е основа за економска проценка.

Втората е област на **актуелна економска проценка** која се одвива во неколку чекори и тоа:

3. Glossary of Frequently Encountered Terms in Health Economics

4. Modified World Bank, 2000

5. Drummond et al 1997

6. Drummond et al 1998



- решавање по пат на студиски прашања;
- проценка на извештаите за избор на алтернативи;
- проценка на алтернативните трошоци и добивки;
- приспособување кон времето и неизвесностите;
- правила на одлучување.

Трета е областа на **креирање на одлуки**, каде што треба да бидат проценети воспоставените критериуми за одлуки и алтернативи, и да бидат определени прашањата за времето. Овие меѓусебно поврзани области се важни бидејќи тие даваат сигурност на креаторите на одлуки дека резултатите се релевантни.

Вистинската економска евалуација вклучува техника која била развиена од економистите за да помогне во донесувањето на одлуки. На тој начин, креаторите на одлуки ќе одлучат дали интервенцијата „вреди“, доколку се направи споредба со нејзината добивка и она што претходно било платено за интервенцијата. Но, кога станува збор за здравствената заштита, економската евалуација сама по себе обезбедува само дел од информациите за овој процес на донесување одлуки. Се врши идентификација и спецификација на критериумите кои би можеле да помогнат во одлучувањето помеѓу различните алтернативи на употреба на ограничениите ресурси кои се на располагање.

Затоа економската проценка е сè повеќе важна во лекувањето и купувачите на здравствени услуги бараат докази за клиничката ефективност од лекувањата, како и информации за „вредност за пари“ кога се врши алокација на ресурсите.⁷ Здравствената економика прецизно кажува каде и во што треба да се вложат средства за да се постигне целта што ќе биде исплатлива.

Евалуацијата претставува процес на собирање и анализа на информации за да се процени како е извршена програмата. Разликуваме пет вида проценки на извршување на програмата:

- 1. Проценка на значењето, односно важноста на програмата**, која уште се нарекува и *формативна евалуација* или *проценка на потребите* и таа се однесува на активностите што се насочени кон тоа да се одреди дали навистина е потребна програмата и дали е наменета за оние кои имаат вистинска потреба за неа.
- 2. Проценка на процесот или прогресот** се однесува на проценката во која мерка програмата се одвива во согласност со планот.
- 3. Проценка на успешноста односно ефективноста** се однесува на

7. Buck, 2000



проценката дали резултатот, односно ефектот од програмата одговара на поставената цел.

4. **Проценка на влијанието на програмата на заедницата** се однесува на долгорочните ефекти или резултати на програмата мерени со промените во здравствената состојба на населението.
5. **Проценка на ефикасноста** претставува доведување во врска на резултатите или ефектите од одредена програма со сите средства потребни за нејзино извршување (материјални и кадровски средства, опрема) и таа припаѓа во доменот на економската евалуација.

Секоја планирана мерка или активност во рамките на програмата за здравствена заштита треба да биде разгледана од аспект на нејзините предности или недостатоци во однос на алтернативните мерки или активности. Примената на една одредена или алтернативна мерка зависи од тоа во која мера ќе се оствари најголем ефект во однос на истите трошоци или пак да се оствари иста цел со најниски трошоци. Трошоците се изразуваат во монетарна вредност, а користа што треба да се оствари се изразува во физичка вредност, односно продолжено очекувано траење на живот, намалување на смртноста и слично.

Проценката на здравствената програма се одвива во три етапи: клиничка ефективност, техничка ефикасност и алокативна ефикасност (слика 1). Корисно е да се направи разлика меѓу влезовите (пример, персонал и лекови), процесите (лекување), излезите (излекуван пациент) и резултатите (влијанието на пациентот во услови на продолжен или зголемен живот).⁸

Клиничката проценка води сметка за времетраењето на процесот којшто врши претворање на влезот во излез. На тој начин се овозможува да се утврди дали процесот функционира, односно дали пациентот имал соодветен третман и лекување. Оттука, клиничката проценка може да се разгледува од аспект на нејзината ефикасност и ефективност. Ефикасноста се однесува на тоа дали лекувањето е извршено под идеални лабораториски услови. Ефективноста се однесува на тоа дали лекувањето е извршено под нормални работни услови. Ефективноста ќе ги земе предвид чинителите, како што се недостаток од администрација на лекување од страна на докторите и неуспехот на пациентите да се жалат за медицинските упатства и на овој начин таа ќе биде типично пониска отколку ефикасноста од лекувањето. Информациите за клиничката ефективност

8. An Introduction to Health Economics for Eastern Europe and the Former Soviet Union, Edited by Sophie Witter and Tim Ensor, 1997



претставуваат најниското ниво на проценка и тие се неопходни пред да се изврши економската проценка. Но, за жал, сè уште недостасуваат целосни и документирани податоци што се однесуваат на ефективноста од начините на лекувањето. Една од главните функции на купувачот на здравствената заштита е да ги користи ваквите податоци, а онаму каде што недостасуваат податоци да ги собере и да се одлучи како најдобро да излезе во пресрет на потребите на населението. Со обезбедувањето на потребните клинички податоци, купувачот на услуги ќе си помогне во донесување на најдобрите одлуките во проценката на здравствените потреби на поединецот и заедницата. Доколку се соберат квалитетни податоци, тогаш купувачот ќе ги исполни потребите на населението, а со тоа ќе овозможи да се подобри квалитетот на здравствена заштита.

Техничка проценка е второто ниво на ефикасност во проценката. На ова ниво треба да се одлучи која од бројните конкуретни методи ќе биде користена за лекување на одредена здравствена состојба. Ако методите на анализа во основа даваат ист резултат, тогаш тоа може да биде доволен услов да се избере најевтината процедура, односно анализата за минимизирање на трошоците (CMA). Пример за ова е потребата од вакцинација, односно дали таа треба да биде извршена од медицински сестри на локално ниво или на централно ниво во одредена болница или завод. Во случај, ако секоја од методите на анализа има различно влијание во проценката, тогаш би можела да биде употребена пософистицираната анализа на исплатливост (CEA) која ги зема предвид трошоците, така и користите од интервенцијата. На пример, ако имаме бубрежно заболување треба да се процени кон какво лекување ќе може да се пристапи, односно дали е подобро да се обезбеди постојана дијализа за болниот или пак доколку е возможно да му се понуди трансплантација на бубрег. Во основа и во двата случаја сме заинтересирани како дадената состојба ќе биде реторирана на најисплатлив можен начин.

Алокативна проценка како третото ниво на ефикасност ги споредува резултатите од лекувањето, односно здравствената состојба (за секоја се користи најефикасниот процес) за да се одлучи како на најдобар начин да бидат искористени ограничените ресурси. На пример, дали треба повеќе или помалку средства да бидат наменети за лечење на полиативен канцер во споредба со лечење на бубрежно заболување. Оптимизацијата на овој избор е опишана како алокативна ефикасност. Ако лекувањата што треба да се споредат во основа даваат исти резултати, како што се на пример спасени години живот, тогаш ќе биде доволна анализата на исплатливост (CEA). Во случај, ако излезните резултати се различни и имаат повеќе димензии, тогаш ќе се пристапи кон повеќе софистицираната анализа трошок-корист (CBA) или анализата трошок-полезност (CUA).



Постојат повеќе анализи на економска проценка на трошоците. Соодветоста на некоја од нив зависи од целта на проценката и расположливоста на податоци, како и од други ресурси. Многу ретко е возможно или потребно да се идентификуваат и квантифицираат сите трошоци и сите бенефити (или резултати) и единиците употребени за нивно квантифицирање можат да се разликуваат. Разликата помеѓу нив е начинот на кој се изразува добивката или резултатот на евалуацијата. За целосна економска евалуација постојат четири главни анализи:



- 1. Анализа на минимизирање на трошоци (Cost-minimization analysis, CMA)**
 - Оваа анализа се користи за **одредување на трошоците, односно селекција на поевтина интервенција** помеѓу алтернативните интервенции за кои се претпоставува дека имаат еднаков резултат. Овој метод на економска евалуација тргнува од претпоставката дека ефектите од две интервенции, услуги, или програми се исти, па оттука се споредуваат трошоците за нивно изведување и се бара поевтината алтернатива.⁹

- 2. Анализа на исплатливост на трошоците (Cost-effectiveness analysis, CEA)**
 - Анализата на ефективност на трошоците се користи да ја определи техничката ефикасност, пример споредба на трошоците и последиците од конкуретни интервенции за дадена група на пациенти во рамките на даден буџет.¹⁰ Сите трошоци се изразени во парична форма, а добивката во непарична форма, како на пример, години продолжен живот, или број на откриени или спречени случаи.¹¹ Анализата на исплатливост не треба да ги зема предвид само медицинските и болничките трошоци, туку и социјалните трошоци на загуба на работни часови на пациентите и здравствените работници.

- 3. Анализа на трошок- полезност (Cost-utility analysis, CUA)**
 - Претставува метод на економска евалуација во која резултатите од алтернативните интервенции или програми се изразени во издвоени единици на мерење, засновани врз ползата односно користа. Резултатите на програмите или активностите се мерат во однос на нивното социјално значење. Оваа економска анализа ги мери добивките во полезноста - измерени години живот (QALYs) и која го пресметува трошокот по полезност - мерна стапка за споредба помеѓу програмите.¹²

- 4. Анализа на трошок- добивка (Cost-benefit analysis, CBA)**
 - Метод на економска евалуација каде што сите последици и трошоци од некоја превентивна или терапевтска интервенција се изразени во

9. Drummond, Stoddart, Toorance, 1990

10. Glossary of Frequently Encountered Terms in Health Economics

11. Tulchinsky T et al 2000

12. Modified World Bank, 2000



парична форма, со цел да се направи проценка на издржаноста на поставената со која се прави таа интервенција, како и за споредба на алтернативни приоритети.¹³ Анализа на трошок - добивка е економска анализа во која трошоците и остварената корист на една мерка или активност се изразува во монетарна односно парична вредност. Ова анализа се смета дека претставува најфлексибилен метод на економска евалуација.¹⁴

Заклучок

Само со подобрување на истражувањето во економската проценка и со подобрување на раководењето и планирањето во системот на менаџирање ќе се овозможи развој во квалитетот на здравствените услуги. Сите учесници во системот на здравствена заштита треба интензивно да работат во подобрување на нивните истражувања, со цел да се добие поголема вредност за потрошените пари. Есенцијално за економската евалуација е дека сите субјекти вклучени во снабдување и купување на здравствената заштита треба да имаат целосно разбирање за методот кој се употребува. Пожелно е лекарите да бидат вклучени во ова поле на истражување и од нив да се бара да имаат солидно познавање од соодветните техники, особено за лекарите и менаџерите кои работат на клиниките.

Користена литература

- Sophie Witter and Tim Ensor, An Introduction to Health Economics for Eastern Europe and the Former Soviet Union, 1997
- Stephen Morris, Nancy Devlin, David Parkin, Economic Analysis in Health Care, John Wiley & Sons, Ltd 2007
- Strategic Purchasing to improve health system performance: Health care papers Vol. 8 Special Issue, 2006
- Walshe, Kieran, Healthcare Management. Berkshire, GBR: McGrawHill Education, 2006

13. Tulchinsky T et al 2000

14. Robinson, 1993



АНАЛИЗА НА КОМУНИКАЦИСКИОТ ПРОЦЕС ВО ДОМАШНИТЕ МСП

д-р. Еленица Софијанова¹, д-р. Тамара Јованов Марјанова²,
д-р. Дарко Андроников³, д-р. Ацо Јаневски⁴

Краток извадок

Иако квалитетот на меѓучовечките односи не е доволен индикатор за продуктивноста и профитабилноста на претпријатието, сепак може да се истакне дека е еден базичен столб, согледан преку личното и работното задоволство, континуирано и системски манифестирано, акции врз основа на информации за квалитет и структурирана програма за прибирање на повратни информации. Потребните активности за спојување, придобивање и преземање одговорност во создавање на основна човечка интеракција преку зголемување на вредноста на вработените, развивање на разговорни, комуникациски вештини и доверба и почит кон вработените.

Клучни зборови: *задоволство на вработените, корективни акции, информации за квалитет, внатрешна структурна програма, потрошувачки фидбек, вредносни системи.*

1 Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, elenica.sofijanov@ugd.edu.mk

2. Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, tamara.jovanov@ugd.edu.mk

3.Технолошко-технички, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, darko.andronikov@ugd.edu.mk

4. Технолошко-технички факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, aco.janevski@ugd.edu.mk



ANALYSIS OF THE COMMUNICATION PROCESS IN DOMESTIC SME'S

Elenica Sofijanova PhD, Tamara, Jovanov Marjanova PhD, Darko, Andronikov PhD, Aco Janevski PhD

Abstract

Although the quality of interpersonal relationships is not a sufficient indicator of the productivity and profitability of the company, however, we can say that it is a fundamental pillar perception through their work and personal satisfaction,, continuous and systematic manifested actions based on information quality and structured program for collecting feedback. The necessary actions mergers, acquisitions and take responsibility in the creation of basic human interaction by increasing the value of employees, development of conversational, communication skills and the confidence and respect of employees.

Kew words: *Employee satisfaction, corrective actions, information for quality, internal structural program, consumer response, value systems.*

1. Вовед

Во малите и средните претпријатија производството, продажбата и финансиите се секторирани функции – функционално организирани за поефикасно користење на ресурсите. Функционалната структура овозможува поквалитетно менаџирање со специјализираните квалификациски активности за задоволување на потребите на потрошувачите. Производното или пазарното организирање преку практична примена на неколкуте модели (поделба според производи, просторна поделба, поделба според купувачи) овозможува корективни акции врз основа на сознанија базирани на селектирање, синтетизирање, обработка и расчленување на информациите поврзани со квалитетот на производот.

Ако на ова се надоврзат ставовите, искуствата и вредностите на вработените во претпријатието, тогаш се гради внатрешна структурирана програма во рамките на стратегијата на претпријатието. Организационата структура, под влијание на личните искуства и дејствувања на менаџерите создава начини на координација, прво со подредените – (не)менаџери, потоа со потрошувачите, со единствена цел – зголемување на задоволството од понудениот и купениот производ. На тој начин се зголемуваат профитабилноста и растот на претпријатието.



„Да се биде претпријатие број еден е прекрасно, да се биде претпријатие број два е застрашувачки, да се биде трет е заканувачки, а да се биде четврти е фатално“ - Закон на доминантност, Saatchi&Saatchi.

2. Материјал и метод на работа

Во методологија на истражувањето беа вклучени квантитативни и квалитативни методи, со една основна цел, да се добие целосна слика за степенот до кој компаниите во преодната или транзициската економија ја употребуваат анализата на клиентите како индикатор за нивото на пазарна ориентација. Основните податоци се добиени од структурираните прашалници за ставовите околу изјавите на пазарната ориентација (измерени на номиналната и интервалната скала), со раководителите на продажба на 43% (17) на продавници во една од најголемите компании за производство на месо и производи и преработки од месо во Р. Македонија. Секундарните податоци се добиени од книги, списанија и академски трудови. Податоците беа анализирани со IBM SPSS19. Заклучоците се дадени врз основа на дескриптивна статистика.

Цел (или фокус) на анализата е месната индустрија во Р. Македонија поради неколку причини (Стопанска комора на Македонија, 2013): таа е важен дел од прехранбената индустрија со позитивно влијание врз надворешно-трговскиот биланс на земјата; вработува значителен дел од работната сила во државата и е голем потрошувач на домашната амбалажна и пакувачка индустрија и вршител на транспортни услуги.

3. Резултати и дискусија

Дескриптивната статистика е користена за да се добијат податоци за полот и возраста на менаџерите, како и за бројот на вработени во претпријатијата. Од испитаните менаџери, околу 59% се од машки, а 41% од женски пол (табела 1).

Табела 1. Пол на испитаните менаџери
Table 1. Paul of surveyed managers

Пол на менаџерите			
		Фреквенција	Процент
N	Машки	10	58,8
	Женски	7	41,2
	Вкупно	17	100,0



Најбројна е групата на млади менаџери од 26 до 33 години со 41%, а по 29% од испитаните се на возраст од 42 до 49 год. и над 50 години (табела 2).

Табела 2. Возраст на испитаните менаџери
Table 2. Age of surveyed managers

Возраст на менаџерите			
		Фреквенција	Процент
N	26-33 г.	7	41,2
	42-49 г.	5	29,4
	над 50 г.	5	29,4
	Вкупно	17	100,0

Во примерокот од испитаните претпријатија, приближно е иста застапеноста на малите со 1-10 вработени (47%) и средните претпријатија со над 50 вработени (53%).

Табела 3. Број на вработени во претпријатијата
Table 3. Number of employees in enterprises

Број на вработени во претпријатијата			
		Фреквенција	Процент
N	1-10 г.	8	47,1
	над 50 г.	9	52,9
	Вкупно	17	100,0

Анализата на комуникацискиот процес е извршена врз основа на следењето на 4 варијабли/техники за анализа на вработените (АВ) како дел од структурирана програма за комуникација со вработените, при што дескриптивната статистика покажа дека просечниот степен на примена на тие техники е на средно ниво (3,5) (табела 4).



Табела 4. Просечна вредност на степенот на примена на техниките за анализа на комуникацискиот процес

Table 4. Average value of the degree of application of analytical techniques for process communication

Варијабли/техники	N	Минимум	Максимум	Средна вредност
1. Континуирано мерење на задоволството (AB1)	17	1	5	3,47
2. Акција врз основа на информации за квалитетот (AB2)	17	1	5	3,47
3. Структурирана програма за добивање на фидбек (AB3)	17	2	5	3,59
4. Континуирано следење на трендовите во однесувањето (AB4)	17	1	5	3,29
N	17			

Дополнително е анализирано однесувањето на менаџерите во однос на овие 4 варијабли/техники, зависно од бројот на вработени со кои раководат. Од табела 5 може да се увиди дека менаџерите кои раководат мали претпријатија со 1-10 вработени почесто имаат проактивен однос во комуникацијата со вработените и имаат повисоки нивоа на анализа на вработените, што може да се забележи по тоа што во поголем број се согласуваат и потполно се согласуваат дека: 1. Континуирано го мерат задоволството на вработените; 2. Преземаат акција врз основа на информација за квалитетот од вработените; 3. Имплементираат структурирана програма за прибирање на повратен одговор (фидбек); 4. Континуирано ги следат трендовите во однесувањето на вработените.



Табела 5. Имплементација на анализа на вработените по број на вработени во претпријатијата
Table 5. Implementation analysis of employees by the number of employees in enterprises

Број на вработени * Анализа на вработени (АВ) вкрстени табели							
			Континуирано мерење на задоволството (АВ1)				Вкупно
			Воопшто не се согласувам	Ниту се согласувам ниту не се согласувам	Се согласувам	Потполно се согласувам	
Број на вработени	1-10	% од вкупен број	2	1	3	2	8
			11,8%	5,9%	17,6%	11,8%	47,1%
	над 50	% од вкупен број	0	6	1	2	9
			,0%	35,3%	5,9%	11,8%	52,9%
Вкупно		% од вкупен број	2	7	4	4	17
			11,8%	41,2%	23,5%	23,5%	100,0%
			Акција врз основа на информација за квалитет од вработените (АВ2)				Вкупно
			Воопшто не се согласувам	Ниту се согласувам ниту не се согласувам	Се согласувам	Потполно се согласувам	
Број на вработени	1-10	% од вкупен број	2	1	3	2	8
			11,8%	5,9%	17,6%	11,8%	47,1%
	над 50	% од вкупен број	0	6	1	2	9
			,0%	35,3%	5,9%	11,8%	52,9%
Вкупно		% од вкупен број		7	4	4	17
				41,2%	23,5%	23,5%	100,0%
			Структурирана програма за потрошувачки фидбек (АВ3)				Вкупно
			Не се согласувам	Ниту се согласувам ниту не се согласувам	Се согласувам	Потполно се согласувам	



Број на вработени	1-10	% од вкупен број	1	2	3	2	8	
			5,9%	11,8%	17,6%	11,8%	47,1%	
	над 50	% од вкупен број	1	5	1	2	9	
			5,9%	29,4%	5,9%	11,8%	52,9%	
Вкупно		% од вкупен број		7	4	4	17	
				41,2%	23,5%	23,5%	100,0%	
			Континуирано следење на трендови во однесувањето (AB4)					Вкупно
			Воопшто не се согласувам	Не се согласувам	Ниту се согласувам ниту не се согласувам	Се согласувам	Потполно се согласувам	
Број на вработени	1-10	% од вкупен број	1	0	4	2	1	8
			5,9%	,0%	23,5%	11,8%	5,9%	47,1%
	над 50	% од вкупен број	0	1	6	0	2	9
			,0%	5,9%	35,3%	,0%	11,8%	52,9%
Вкупно		% од вкупен број		1	10	2	3	17
				5,9%	58,8%	11,8%	17,6%	100,0%

Со зголемување на бројот на вработени се намалува фокусот кон анализа на вработените и менаџерите поретко имплементираат техники за следење на нивното задоволство, поретко собираат информации од вработените, поретко воведуваат програми за повратен одговор. Ова мора да се окарактеризира како негативен тренд, бидејќи губењето на комуникацијата со вработените е сигурен извор на конфликти во организацијата, што во краен случај се пренесува и врз бизнис перформансите.

4. Заклучок

Ефективната организациска комуникација треба да се фокусира на отворени и директни односи меѓу вработените и менаџерите во организациите. Клучна цел на комуникацискиот процес е подобрување на посветеноста на вработените, нивната продуктивност и вкупните



организациски резултати. Само организациите што успеваат да воспостават принципи на ефективна комуникација можат да се надеваат на улогата на успешни организации во променливото и динамично опкружување. Како што науката, технологијата и промените околу организациската комуникација се развиваат, потребно е организациите да изградат своја способност да се надградуваат заедно со нив. Критичната способност за стратешка анализа во рамки на организацијата и препознавање на областите каде што ефективната организациска комуникација е најпотребна е една од најголемите и најважните комуникациски вештини, најмногу за менаџерите и за сите оние кои стојат највисоко во организациската хиерархиска скала. Недостатокот од комуникација со вработените е сигурен извор на конфликти во организацијата, што во краен случај се пренесува и врз бизнис перформансите.

Користена литература

- Carver, H.R. and Gradwohl Nash, J. (2012), “Doing Data Analysis with SPSS”, Version 18, Cengage Learning, Boston, USA
- Dawes, J. (1999). The relationship between subjective and objective company performance measures in market orientation research: Further empirical evidence. *Marketing Bulletin*. Vol.10. May. pp. 65-75
- Day, G.S. (1994). The Capabilities of Market-driven Organizations. *Journal of Marketing*. Vol. 58. October. pp. 37-52.
- Farrell, M. A. and Oczkowski, E. (1997). An Analysis of the MKTOR and MARKOR Measures of Market Orientation: An Australian Perspective. *Marketing Bulletin*, Vol. 8. Article 3. pp. 10-11
- Gliem J.A. and Gliem R.R. (2003). Calculating, interpreting, and reporting Cronbach’s Alpha Reliability Coefficient for Likert-Type Scales. 2003 Midwest Research to Practice Conference in Adult, Continuing, and Community Education. pp. 82-87
- Kohil, A.K. Jaworski, B. J. and Kumar, A. (1993). MARKOR: A Measure of Market Orientation. *Journal of Marketing Research*. Vol. 30. November. pp. 467-477
- Kotler, P. (1999). *Kotler on Marketing: How to Create, Win and Dominate Markets*. The Free Press. NY
- Narver, J. and Slater, S. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*. Vol. 54. pp. 20-35.
- Newbold, P., Carlson, W. I. and Thorne, B. M. (2007). *Statistics for business and economics*. 6th ed. Pearson Education, Inc.



УДК: 005.94:004.9

Прегледен труд

БИЗНИС ИНТЕЛИГЕНЦИЈА - ИСТОРИСКИ РАЗВОЈ И ПЕРСПЕКТИВИ

д-р Љупчо Давчев¹, д-р Ристо Фотов², д-р Тамара Јованов Марјанова³

Краток извадок

Бизнис интелигенцијата е логичниот прогрес во иднината на менаџерското и управувачко размислување за информатичката технологија. Додека поголем број компании го имаат имплементирано податочното складирање (data warehousing), многу малку го користат во имплементацијата на бизнис интелигенцијата. Во многу компании ова складирање на податоци во голема мера се ограничува на подготовка на повеќе извештаи, со нејасно разбирање на тоа како од оваа информација ќе има корист организацијата. Меѓутоа, некои западноевропски компании, но и компании од нашето опкружување одат чекор напред и го искористуваат вистинскиот потенцијал на бизнис интелигенцијата. Бизнис интелигенцијата комбинира производи, технологија и методи за организирање на клучните информации кои му се потребни на менаџментот за да се подобрат перформансите и да се зголеми профитот. Пошироко, треба да мислиме на бизнис интелигенцијата како збир на бизнис информации и бизнис анализи во контекст на клучните бизнис процеси кои водат кон одлуки и акции и кои резултираат со подобрување на бизнис перформансите.

Клучни зборови: *податочно рударење, релациони бази на податоци, бизнис анализа.*

1. Асистент на Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Економски факултет – Штип, ул. „Крсте Мисирков“ бб, 2000 Штип, Р. Македонија

2. Декан на Економски факултет – Штип при Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, ул. „Крсте Мисирков“ бб, 2000 Штип, Р. Македонија

3. Асистент на Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Економски факултет – Штип, ул. „Крсте Мисирков“ бб, 2000 Штип, Р. Македонија



BUSINESS INTELLIGENCE-HISTORICAL DEVELOPMENT AND PERSPECTIVES

PhD Ljupco Davcev, PhD Risto Fotov, PhD Tamara Jovanov Marjanova

Abstract

Business intelligence is the logical progress in future managerial thinking for IT. While a growing number of companies have implemented the data storage (data warehousing), very little use in the implementation of business intelligence. In many companies, this data storage is largely limited to the preparation of several reports with vague understanding of how for this information will benefit the organization. However, some European companies, and companies of our environment go a step ahead and exploit the true potential of business intelligence. Business intelligence combines products, technology and methods of organizing key information needed by management to improve performance and increase profits. More broadly, we should think of business intelligence as a set of business information and business analysis in the context of key business processes that lead to decisions and actions and resulting in improved business performance.

Key words: *data mining, ETL, business analysis.*

1. Вовед (Introduction)

Во последнава деценија сме сведоци на употребата на информатичката технологија (ИТ) до степен што дури половина од капиталните трошоци од страна на бизнисите се инвестирани во ИТ. Растот на компаниите SAP, Oracle, Microsoft, IBM, Cisco, Dell и Siebel и нивните консултантски партнерски компании сведочат за големината и сериозноста на оваа трка.

Најголемиот дел од овие инвестиции се во она што претставува подобра мрежа, подобри системи за управување со дневните операции, а сè почесто и подготовката на обемните извештаи на квартална, полугодишна и годишна база. Паралелно со развојот, несомнено се отвора дебата дека овие инвестиции се неопходни за модернизација на компаниите. Најмалите регионални, па сè до мултинационалните компании, се богати со податоци во однос на бизнисот што го работат, но сиромашни со информации кои би се добиле со обработка на тие податоци. Со други зборови, на овие претпријатија им недостасуваат вистински информации и аналитички алатки потребни за да се подобрат перформансите и да се зголеми профитот.



Бизнис интелигенцијата (БИ) е одговор на оваа потреба. Тоа е следниот логичен прогрес во менаџерското и управувачко размислување за информатичката технологија. Целта на овој труд е да покаже како компаниите треба да го користат потенцијалот на БИ за да се подобри профитот и перформансите. Додека поголем број компании го имаат имплементирано податочното складирање (data warehousing), многу малку ги користат во имплементацијата на бизнис интелигенцијата. Во многу компании ова складирање на податоци во голема мера се ограничува на подготовка на повеќе извештаи, со нејасно разбирање на тоа како од оваа информација ќе има корист организацијата. Меѓутоа, некои западноевропски, но и компании од нашето опкружување одат чекор напред и го искористуваат вистинскиот потенцијал на бизнис интелигенцијата⁴.

2. Што претставува бизнис интелигенција (БИ)?

Најпрвин треба да се разграничи што не претставува бизнис интелигенција. Бизнис интелигенцијата не е:

- Еден производ. Иако многу одлични производи можат да помогнат да се спроведе и имплементира бизнис интелигенцијата, БИ не е производ што може да се купи и инсталира и да ги реши сите проблеми кои се активни во компанијата.
- Технологија. Иако алатките и технологиите на податочното складирање, како што се релациони бази на податоци (ETL алатки), кориснички интерфејс како алатки за бизнис интелигенција, сервери кои обично се користат за поддршка на апликациите на БИ, концептот на бизнис интелигенција не е само технологијата, не е само едното од нив.
- Методологија. Иако моќна методологија е од суштинско значење за успех со бизнис интелигенцијата, мора да се комбинираат методологијата, соодветните технолошки решенија и организациските промени за да се дојде до определен успех⁵.

Ако тоа е она што бизнис интелигенцијата не е, тогаш што е тоа бизнис интелигенција? Бизнис интелигенцијата комбинира производи, технологија и методи за организирање на клучните информации што му се потребни на менаџментот за да се подобрат перформансите и да се зголеми

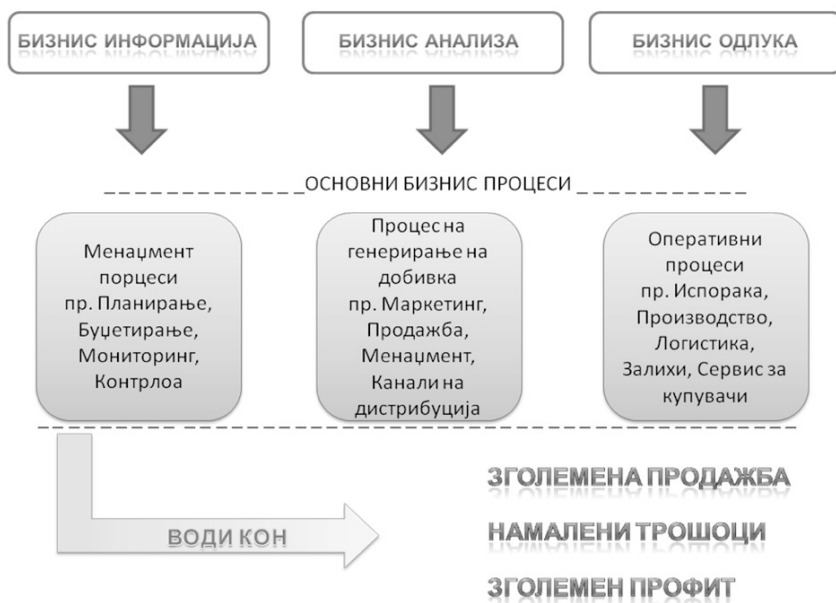
4. Cooper, B., Watson, H., Wixom, B., and Goodhue, D., "Data Warehousing Supports Corporate Strategy at First American Corporation," *MIS Quarterly*, December 2000.

5. Williams, S., and Williams, N., "The Business Value of Business Intelligence," *Business Intelligence Journal*, Fall 2003.



профитот. Пошироко, треба да мислиме на бизнис интелигенцијата како збир на бизнис информации и бизнис анализи во контекст на клучните бизнис процеси кои водат кон одлуки и акции и кои резултираат со подобрување на бизнис перформансите. Или пократко, бизнис интелигенцијата значи искористување на информациите како средства во рамките на клучните бизнис процеси со цел да се постигне подобрување на бизнис перформансите. Тоа подразбира бизнис информации и анализи, кои се:

- употребуваат во склоп на главните бизнис процеси;
- помагаат при донесување на одлуки и подготовка на акциони планови;
- водат кон подобрен бизнис перформанс на компанијата.



Графикон 1. Што претставува бизнис интелигенцијата во практика



Примарен фокус за еден бизнис е да се зголемат приходите и / или да се намалат трошоците, а со тоа подобрување на ефикасноста и зголемување на профитот. За јавниот сектор, пак, примарниот фокус е услуга за граѓаните, справувањето со буџетски ограничувања и рационално користење на ресурси во поддршка на мисијата на државниот орган или агенцијата. Графиконот 1 ја илустрира оваа дефиниција.

3. Основите на бизнис интелигенцијата

За да се навлезе во она што претставува бизнис интелигенцијата, мора да се анализираат почетоците на бизнис интелигенцијата. Всушност, на овој начин се гледа каде бизнис интелигенцијата се вклопува со останатите делови на информатичката технологија, како што е потребно планирање во претпријатијата (Enterprise Requirement Planning ERP), ќе се согледа и користи од бизнис интелигенцијата во споредба со користи од другите ИТ технологии. Исто така, важно да се разбере дека интегрирањето на технологиите од бизнис интелигенцијата е нискоризичен процес, употребуван од страна на големите западноевропски компании повеќе од една деценија.

Иако неодамна терминот бизнис интелигенција стана еден од новите ИТ попознати фрази, организационата потрага по овие технологии не е нова. Пристапите кон бизнис интелигенцијата еволуирале со текот на децениските технолошки иновации и менаџерското искуство во информатичката технологија. Двата основни примери на БИ се:

Системи за поддршка на одлуката (Decision support systems DSS): Од 70-тите и 80-тите години на минатиот век, бизнисите користат бизнис информации и структурирани бизнис анализи за решавање на комплексни деловни одлуки. Примерите вклучуваат модели на приходна оптимизација во бизниси со динамични активи, како авионската индустрија, хотелската индустрија и логистичката индустрија. Слични на претходните се и моделите на оптимизација на логистичката мрежа, кои како техники се користат во индустриите кои се соочуваат со комплексни предизвици. Системите за поддршка на одлуки може да бидат софистицирани, кориснички аналитички алатки кои работат само на посебен вид на сметачи (компјутери), но и можат да бидат поедноставни табеларно базирани производи кои работат на персонални компјутери. Системите за поддршка и анализа на одлуките варираат во цената и софистицираност и се специфицираат во нивната примена. Соодветно на тоа, тие не можат да бидат систематски интегрирани со специфичниот бизнис, со што би вршеле испорака на бизнис информации и бизнис анализи за поддршка и искористување на можностите на бизнис интелигенцијата што може да им бидат на располагање на компаниите.



Извршниот (менаџерски) информациски системи (Executive information systems EIS): Овие системи го претставуваат почетничкиот обид за добивање на бизнис информации и бизнис анализи за поддршка на менаџерските активности, како што се управувањето, планирањето и контрола на активностите. Овие системи во минатото главно се користеле и биле наменети само за употреба од страна на највисокото ниво на менаџмент во една компанија, исклучително скапи и нефлексибилни. Но, како што апликациите од бизнис интелигенцијата и високоперформансните ИТ апликации доаѓаат на пазарот, апликациите поврзани со EIS системите се заменети и проширена од страна на апликациите од областа на бизнис интелигенцијата, како што се избалансираните картички со показатели, контролни табели, менаџмент и управување со перформансите и други аналитички апликации. Овие апликации се комбинација од бизнис информации и бизнис анализи за да се обезбедат бизнис интелигентни решенија кои ќе бидат апликативни и лесно применливи за соодветниот бизнис⁶.

И двата примера ја илустрираат желбата на директорите, менаџерите, аналитичарите, да се дојде до потребните информации за подобрување на профитот и перформансите во компанијата. Овие примери може да се земат како почетни чекори во овој еволутивен пат.

Во контекст на предизвиците на 21 век, Питер Дракер забележа дека „...информатичката технологија досега е само производител на податоци, отколку производител на информации“ (Дракер, 2001). Ова гледиште е идентично со капиталните инвестициски трендови во изминатите 15 години. Во 90-тите години на минатиот век многу инвестиции во ИТ се фокусирале на следново:

- апликации за компаниите како што се потребното планирање во претпријатијата (Enterprise Requirement Planning ERP), менаџмент на канали за снабдување (supply chain management SCM) и менаџмент на односи со клиентите (customer relationship management CRM);
- функционални апликации, како што се системите за складирање на информации и информациски системи за управување со човечките ресурси;
- поврзување помеѓу трговски партнери преку интернет и преку потрадиционалните средства, како што се електронската размена на податоци (electronic data interchange EDI).

Колективно, овие видови на информатички технологии може да се

6. Broadbent, M., and Weill, P., *Leveraging the New Infrastructure*. Boston: Harvard Business School Press, 1998.



сметаат за ИТ кои се ефикасни во однос на преносот и трансакцијата на податоци и информации, со бенефиции за бизнисот, како што се трансакциска ефикасност, внатрешен процесна интеграција, автоматизација на позадинските процеси, видливост при пренос на информациите и намалени трошоци при размена на информации. Примарна мотивација за многу од овие инвестиции беше подобра контрола и поголема ефикасност на дневните операции. На пример, ERP системите им овозможуваат на компаниите да ги пратат порачките, залихите и услугите на клиентите во реално време. SCM системот обезбедува функционирање на системот за снабдување на купувачите со потребните производи и услуги и CRM системите обезбедуваат менаџирање на продажбата.

Кон крајот на 90-тите години на минатиот век доаѓа до појава на податочно складирање (Data warehousing DW), што го претставува процесот за искористување на податоците генерирани од претходно набројаните системи. Најпрво, овој процес на податочно складирање го употребуваат компаниите кои најмногу имаа потреба од овие системи, како што се компаниите кои даваат финансиски услуги, осигурителните компании и телекомуникациските компании, во коишто компании маркетинг менаџерите се обидуваат на најкористен можен начин да се искористат податоците и трансакциите за милиони клиенти. Почетните напори во податочното рударење биле фокусирани на освојување на ИТ предизвиците кои биле поврзани со добивање, интегрирање и складирање на податоците. Иако некои организации го препознале потенцијалот кој податочното складирање го нуди со што би обезбедиле позначајни податоци и анализи кои ќе обезбедат конкурентна предност, многу организации ограничено го користеле податочното складирање за поддршка на подобро и побрзо за известување и за одговарање на ад хок барања за информации од страна на бизнис корисниците. По неколку години на крупни инвестиции на годишно ниво во овие системи и програми, многу организации почнаа да се сомневаат во бизнис вредностите на инвестициите поврзани со податочното складирање. Но, воведувањето на бизнис интелигенцијата како нов фокус во индустријата во текот на изминатите неколку години е во голема мера одговор на ова прашање.

Податочното рударење е клучниот овозможувач на бизнис интелигенцијата. Податочното рударење се покажува како возможно и економски оправдано, како резултат на брзото опаѓање на трошоците за складирање и обработка на податоците, специјалните алатки за интеграција на податоците, иновациите во начинот на кој податоците можат да бидат организирани во бази на податоци и иновации во начинот на кој податоците може да се конвертираат во информации и презентирани



како информации на менаџерите и вработените во рамките на еден бизнис. За првпат технички е можно да се земат заедно податоци за илјадници или милиони дневни бизнис трансакции и да се претворат во корисни информации. Кон крајот на 90-тите години на минатиот век овој тип на апликации веќе е широко усвоен од страна на големите компании. Иноваторите почнале да се насочуваат кон тоа како да се потпрат на ИТ за цели како што се стратешкото управување со компанијата, управување со профитабилноста по клиент, подобрување на синџирот на снабдување и / или операциони перформанси, подобрување на основните бизнис процеси, како што се управување со продажбата, управување со кампањи, како и подобрување на индиректните деловни процеси, како што се буџетирање и планирање на бизнисот. Многу технички предизвици биле надминати во податочното складирање, создавајќи можност да се прошири неговата употреба на нови делови на претпријатието, како и по сектори кои изостанале во имплементацијата⁷.

Како што беше чест случај со ИТ, технолошкиот напредок предизвика напредок во размислувањето на менаџерите за тоа како да се потпрат на технолошкиот напредок за да се создаде бизнис вредност. На крајот на 21 век главните ограничувања на податочното складирање, од гледна точка на доставување бизнис вредности, беа:

- многу проекти поврзани со податочното складирање несистематски анализираат како бизнис информациите, бизнис анализите и структурираните бизнис одлуки може да се вметнат во јадрото на бизнис процесите кои би имале влијание врз добивката и перформансите во една компанија;
- многу проекти поврзани со податочното складирање несистематски ги наложуваат промените во бизнис процесот потребни за да се добијат вистинските придобивки и бизнис вредност на бизнис интелигенцијата;
- многу проекти поврзани со податочното складирање не ги користат доволно анализите и техниките кои се барања на бизнис интелигенцијата.

Ова не е заклучок дека традиционалните пристапи биле дефицитарни за дизајнирање, градење и имплементирање на податочното складирање. Наместо тоа, проблемот е едноставно дека ваквите приоди не се фокусирани кон приносот на инвестицијата при процесот, што понекогаш резултира со инвестиции во податочното складирање кои не придонесуваат за значително зголемување на добивката или организациските перформанси.

7. Drucker, P. M., "Be Data-Literate: Know What to Know". The Wall Street Journal, December 1, 1992.



Историски гледано, многу иницијативи во областите на бизнис интелигенцијата се водени од страна на ИТ експертите и најголем дел во фокусот на оваа индустријата се техничките аспекти за доставување информации за корисниците. Сега дека многу од техничките предизвици и размени се добро разбрани, вниманието се префрла на проширувањето на начините на кои БИ може да се користи за реализација на бизнис вредност и за подобрување на методи за развој за да се даде до знаење исплатливоста на бизнис интелигенцијата. Познати компании во широк спектар на индустрии веќе реализираат некои аспекти на бизнис интелигенцијата, а основните методи и технологии за доставување бизнис вредност се добро воспоставени. На пример, Баркли, Форд, Хјулит Пакард (HP) и многу други имаат воспоставено БИ програми кои се користат да се зголеми приходот, да се намалат трошоците или и двете заедно.

4. Заклучок

Питер Дракер (2001) има забележано дека во текот на минатиот век бизнисите континуирано ја редицајнирале организацијата на директната работна сила и продуктивноста до момент до кој тоа веќе и не претставувало компаративна предност. Соодветно на тоа, компаниите морале да бараат други начини за да победат во натпреварот со своите конкуренти. Во тие моменти бизнис интелигенцијата се јавува како нова моќна алатка за компаниите кои сакаат брз раст и специфичност во својата работа. Со ефикасна имплементација на овие алатки и системи, компаниите се чекор напред од конкуренцијата при десиминацијата, употребата и обработката на информации, а со тоа и подобрување на профитот и перформансите. Ова размислување дека БИ може да придонесе за конкурентна предност претставува револуционерна промена во начинот на кој информациите ќе се користат во бизнисот. Да се направи оваа промена, бизнисите треба да го сменат начинот на кој тие ги користат информациите, особено кога е во прашање бизнис интелигенцијата.

Со оглед на тоа дека податочното складирање и бизнис интелигенцијата историски се фокусираше на техничките предизвици и техничките методи потребни за да се имплементира податочното складирање и алатките на бизнис интелигенцијата што е можно поуспешно, последните трендови се концентрирани кон употребата на бизнис-ориентирани методи на БИ. Овие методи се дизајнирани за да им помогнат на компаниите за целосно искористување на профитниот потенцијал. Овие бизнис-ориентирани методи на БИ се дизајнирани да го вклучат повратот на инвестицијата (return on investment ROI) од почетокот и систематски да доведат до употреба на БИ во клучните бизнис процеси и одлуки со кои го



детерминираат крајниот резултат⁸.

Со користење на бизнис-ориентираните методи на БИ тимот за имплементација на БИ не ја одлага имплементацијата за период кога корисниците би биле обучени да ги користат овие методи, туку учествува во промените потреби за организацијата да ги имплементира методите. Тоа значи дека одговорностите на тимот за имплементација се прошируваат и вклучуваат помагање на компаниите да се извршат промени во деловните процеси и процесите на донесување одлуки што влијаат на бизнис резултатите. Овде доаѓаме до заклучок дека она што недостасуваше при имплементацијата е недостаток на потребните промени што треба да се направат за да се воочат користите од алатките на бизнис интелигенцијата.

Користена литература

- A. Neely, *Business Performance Measurement* (pp. 280-304). Cambridge University Press. (2007). Kenny, G. (2005). *Strategic Planning and Performance Management*. Elsevier.
- Agrawal, D. (2008). The Reality of Real-Time Business Intelligence. In *Business Intelligence for the Real-Time Enterprise* (pp. 75-88). Springer.
- Banker, R. D., G. Potter, and D. Srinivasan. 2000. An empirical investigation of an incentive plan that includes nonfinancial performance measures. *The Accounting Review* 75 (1): 65-92.
- Bill Hostmann, Nigel Rayner, Ted Friedman, (October 2006) *Gartner's business intelligence and performance management framework*, Gartner Inc.
- B. Marr, *Strategic Performance Management* (pp. 91-124). Great Britain: Elsevier Ltd. (2006).
- Balanced Scorecard Collaborative, *Balanced Scorecard Functional Release Standards Release 1.0a*, May 5, 2000. Balanced Scorecard Collaborative, Inc., <http://www.bscol.com>.
- Broadbent, M., and Weill, P., *Leveraging the New Infrastructure*. Boston: Harvard Business School Press, 1998.
- Davenport, T., et al., "Data to Knowledge to Results: Building an Analytic Capability." *California Management Review*, Winter 2001.
- Drucker, P., *Management Challenges for the 21st Century*. New York: HarperBusiness, 1999.
- Drucker, P. M., "Be Data-Literate: Know What to Know." *The Wall Street Journal*, December 1, 1992.
- Drucker, P. M., *Management Challenges for the 21st Century*. New York: Collins Publishing, 2001.

8. Williams, S., and Williams, N., "Capturing ROI through Business-Centric BI Development Methods", *DM Review*, August 2004.



- Dvorak, R., Holen, E., Mark, D., and Meehan III, W., “Six Principles of High Performance IT,” *McKinsey Quarterly*, 1997, Number 3.
- Dyche, Jill. e-Data: Turning Data into Information with Data Warehousing. Boston: Addison-Wesley, 2000.
- Hamel, G., and Prahalad, C. K., *Competing for the Future*. Boston: Harvard Business School Press, 1994.
- Kaplan, R. and D. Norton (1992). “The Balanced Scorecard – measures that drive performance.” *Harvard Business Review*(January/February): 9.
- The Data Warehousing Institute (TDWI), “TDWI Business Intelligence Fundamentals, Part II: BI Architectures and DW Methods,” Seattle: TDWI, 2004.
- Taticchi P, Balachandran K, Botarelli M, Cagnazzo L (2008) Performance measurement and management for small and medium enterprises: an integrated approach. *J Appl Manag Account Res* 5(2):57–72.
- Williams, S., and Williams, N., “The Business Value of Business Intelligence,” *Business Intelligence Journal*, Fall 2003.
- Wisner, P. (2010). Multidimensional Performance Measurement Using the Balanced Scorecard. In *Operations and Performance Management* (pp. 23-33). London: BLOOMSBURY.
- Weill, P., and Broadbent, M., *Leveraging the New Infrastructure*. Boston: Harvard Business School Press, 1998.
- Williams, S., and Williams, N., “Capturing ROI through Business-Centric BI Development Methods”, *DM Review*, August, 2004.
- Williams, S., and Williams, N., “The Business Value of Business Intelligence”, *Business Intelligence Journal*, Fall 2003.



УДК: 336.143.22.01

Стручен труд

ТЕОРИИ ЗА БУЏЕТСКА РАМНОТЕЖА BUDGET EQUILIBRIUM THEORIES

д-р Стеван Габер, д-р Илија Груевски, м-р Василка Габер

Краток извадок

Денешните современи трендови во економијата придонесоа да се посвети посериозно внимание на фискалната политика, како средство за пронаоѓање на излез од економските тешкотии во кои се пронашле многу земји, но пред сè како инструмент за воспоставување на макроекономска рамнотежа. Во овој труд е направен осврт на неколку теории за буџетска рамнотежа кои ги толкуваат предностите и слабостите од нивните поставки, а кои можат да бидат од искористени при креирање на фискалните политики.

Клучни зборови: *буџетска рамнотежа, буџетски дефицит, економски кризи, јавни приходи, јавни расходи, јавен долг.*

Abstract

Today's modern trends in the economy contributed to devote serious attention to fiscal policy as a mean of finding a way out of economic difficulties that are found in many countries, but primarily as an instrument to establish macroeconomic balance. This paper is a review of several theories for budget balance that interpret the strengths and weaknesses of their settings, which can be helpful when creating fiscal policies.

Key words: *budget equilibrium, budget deficit, economic crises, public revenues, public expenses, public debt.*



Вовед

При водењето на фискалната политика во минатото, па и денес, се издвојувале две главни гледишта за тоа каква треба да биде улогата на фискалната политика во економијата. Секако, првото се залага за помала интерференција на државата во пазарните текови, односно се грижи буџетот да се одржува во рамнотежа во текот на една календарска година. Второто, пак, смета дека државата треба по секоја цена да се труди да го постигне нивото на полна вработеност и максимална искористеност на производствените капацитети. Во таа насока не треба да се води грижа за начините на финансирање, особено не за зголеменото задолжување, нормално доколку истото е применето за продуктивни цели, односно инвестирање на државата во крупни инфраструктурни проекти кои на долг рок ќе придонесат за поголем економски раст и развој.

Токму од таквите две стојалишта во овој труд ќе се направи осврт на три теории за буџетска рамнотежа, кои се залагаат за различни начини на воспоставување на рамнотежа во буџетот, а преку тоа и рамнотежа во економијата.

1. Теорија на цикличен буџет и циклична буџетска рамнотежа

Теоријата на циклични буџети е врзана за првиот експеримент и теоретско изучување во Шведска на Eric Lindhal, Gunnar Myrdall, Berthil Ohlin, Alven Hansen и др. Поради своите неортодоксни ставови, оваа теорија и денес има голем број приврзаници. Според неа, предност им се дава на економската рамнотежа, полната вработеност и еквибриумот во платниот биланс, а како основни причини за цикличните движења во економијата се потенцирани проширувањата или ограничувањата на инвестициите. За да се неутрализираат таквите движења во економијата, државата ќе треба да ги зголеми јавните расходи во фаза на депресија и да ги намали во фаза на просперитет. На тој начин во фазата на депресија би се водела политика на буџетски дефицит, а во фазата на просперитет буџетски суфицит.

Економскиот развој се реализира преку циклични супституции на *фазите на експанзија и фазите на рецесија*, што подразбира неможност за спроведување на политика на годишна буџетска рамнотежа. Таквата политика на константна буџетска рамнотежа во суштина би била политика на нерамнотежа, бидејќи движењата во буџетот преку јавните расходи и приходи само би ги продлабочувал цикличните движења во економијата. Политиката на рамнотежа не може да се примени, особено во ситуација кога поради криза има негативен тренд во движењата на националниот доход, поради недостатокот на средства кои треба да



се приберат преку даноци (зголемување на даноците). Тоа подразбира дека рамнотежата во буџетот ќе треба да се постигне единствено преку „дополнителни“ средства, со користење на заеми и задолжување кај централната банка или со задолжување во странство. Според теоријата на циклични буџети, подобрената наплата на приходи во фаза на експанзија (брз раст) се насочува во некој вид на егализационен фонд, а потоа истите се користат кога економијата ќе навлезе во состојба на економска криза. Тоа се поистоветува со иницијативата за зголемување на јавните расходи, односно намалување на јавните приходи со цел да се подобри состојбата со потрошувачката и инвестициите, кои се редовно во опаѓање, особено во приватниот сектор (на тој начин буџетот го компензира негативното однесување на приватниот сектор).

Друг метод на цикличен буџет е *амортизацијата на јавните долгови*, која означува усогласување на роковите на отплата на долгот со состојбата на економскиот циклус. Кога економијата е во фаза на раст се врши отплата на долговите преку буџетските суфицити, а кога се наоѓа во фаза на депресија се врши одлагање на отплатата на долговите.

На тој начин буџетската политика се конвертира во еден од најрелевантните инструменти за антициклична или стабилизациона политика. Во време кога економијата е во криза се напушта политиката на едногодишна буџетска рамнотежа и се води политика на урамнотеженост за време на повеќе години, односно економски циклус. Во фаза на криза е формиран дефицит, а во фаза на експанзија - суфицит, додека разликата ќе се компензира со помош на т.н. егализациони фондови.¹

Она што е неопходно да се истакне во овој сегмент е дека „во услови на големи флукуации во доходот и вработеноста, карактеристично за современиот капитализам, невозможно е во депресивните години на економскиот циклус да се покријат ниту оперативните јавни расходи преку адекватните даночни приходи“.² Буџетот со суфицит се компензира со буџетот со дефицит во рамките на еден економски циклус, кој временски се утврдува на просек од 5-7 години. Урамнотежувањето на буџетот се пролонгира од една година на еден економски циклус. Затоа таквиот буџет се нарекува **цикличен буџет**. Друга варијанта на теоријата на циклични буџети поаѓа од Кејнзовите ставови и се сведува на „автоматска стабилизација“. За постигнување на буџетска рамнотежа се користи еластичноста на некои видови даноци. Поставеноста на современите даночни системи укажува на сензитивност на осцилациите во економијата, посебно на различните форми на даноци на доход и потрошувачка.

1. Види Musgrave R., „Теорија јавних финансija“, Научна knjiga, Beograd, 1973, стр. 372

2. Види Hansen A., „Fiscal Policy and Business Cycles“, New York, 1941.

Во услови на просперитет таквите даночни приходи растат побрзо од даночната основа, а побрзо се намалуваат во период на депресија (вградени стабилизатори). Ова особено се однесува на прогресивните стапки на данокот на доход. Ако земеме една фирма која плаќа данок по прогресивна стапка и тоа: на 100\$ плаќа 10% данок, на 120\$ плаќа 30% данок, на 150\$ приходи 70% данок. Во фаза на експанзија доходот се зголемил од 100 на 150\$, а со тоа и даночните обврски од 10 на 70%, односно данокот што требало да се плати се зголемил од 10\$ на вкупно 105\$. Даночната обврска расте значително побрзо од порастот на доходот. Обратното се случува кога доаѓа до пад во доходот, бидејќи даночната обврска побрзо се намалува од доходот. Со тоа се ослободува повеќе расположлив доход кој може да се намени за потрошувачка.

Кај јавните расходи ситуацијата е спротивна, посебно за некои облици на трансферни расходи. Имено, приходите и расходите во период на циклус се движат во спротивни насоки, при што јавните приходи се движат во иста насока како и осцилациите во економијата, само со поголеми промени, додека јавните расходи се однесуваат спротивно на цикличните движења во економијата и погодни се за ублажување на осцилациите и нестабилноста на економијата. Во остварувањето на тие стабилизациони цели, покрај зачестената употреба на јавните расходи, кои не ги следи соодветен раст на приходите (даноците), се користат и јавните заеми како нивно покритие што води кон константен буџетски дефицит.

Меѓутоа, на оваа теорија ѝ се додаваат и некои забелешки. *Првата забелешка* се однесува на тоа дека должината на траење на влезната фаза на циклусот (конјунктурата) не е идентична на опаѓачката фаза (рецесија, криза), односно длабочината на негативната и влезната фаза на циклусот не е иста, па оттаму и констатацијата дека суфицитите од влезната фаза не мора да бидат еднакви на дефицитите од опаѓачката фаза на циклусот. Меѓутоа, тука мора да се потенцира дека влезната фаза е подолга и попродлабочена од депресивната, што значи дека постојано треба да се појавува суфицит, кој не е редовна појава. Според тоа, ниту обемот на суфицит во буџетот не е еднаков на обемот на дефицит во различните фази од циклусот. *Втората забелешка*, главно, се однесува на цикличната, но не и на нецикличната нерамнотежа, што е тешко да се разграничат, особено во моменти кога треба да се детерминира кога почнува и каде завршува типичниот цикличен ритам, со цел да може да се спроведува успешна суфицитна (дефицитна) политика.³

3. Теоријата на систематски буџетски дефицит ја поставил Hansen A. во книгата Fiscal Policy and Business Cycles, New York, 1941, за потоа да ја разработи пошироко во делото Monetary Theory and



Дури кога периодите на просперитет и депресија би биле временски и длабочински еднакви, буџетот би можел долгорочно да се урамнотежи. Сепак и тогаш остануваат нивните разновидни делувања во економјата (поради различното функционирање на јавните расходи од јавните приходи, системите на делување врз побарувачката, одложените ефекти и сл.).

Со опсервацијата на движењата и урамнотежувањата на јавните приходи и расходи во рамките на еден економски циклус, до некаде, се согледуваат чистите **економски функции** на буџетот. Преку процесот на приспособување на сите елементи на буџетскиот процес (според состојбата на цикличните фази) треба да се обезбеди динамично остварување на нивните функции. Имено, буџетската политика би требала свесно да ги компензира движењата на приватниот сектор преку поттикнувања или ограничувања со цел да се постигне ниво на агрегатна побарувачка кое би соодветствувало на бруто националниот производ на ниво на полна вработеност.⁴

Третата забелешка се однесува на отсуството на одговор на прашањето за формата на делување на оние расходи чија **должина е поголема од фазите на циклусот**. Што треба да се направи со нив, бидејќи започнатите јавни расходи и инвестиции во депресивна фаза не мора да бидат завршени во таа фаза, туку таквите ефекти можат да се пренесат и во наредната експанзивна фаза од циклусот (иако веројатно некои од тие расходи би биле укинати).

Четвртата слабост на оваа теорија е што резултатите од преземените чекори не ги дале посакуваните ефекти. **Петто**, нема гаранција дека формираните вишоци на средства од фазата на експанзија ќе бидат правилно искористени, бидејќи во реалноста секогаш се случува спротивното.

Независно од наведените слабости, оваа теорија има многубројни позитивни карактеристики со помош на кои еднаш засекогаш е отфрлена класичната теорија за рамнотежа на буџетот. За посебно важен момент се смета прифаќањето на буџетскиот дефицит како нормална појава, проследена со совесно водење од страна на државата преку усогласена буџетска политика со производствената состојба, вработеноста, инвестициите, платниот биланс, односно со еден збор економскиот развој.

Fiscal Policy, New York, 1949.

4. Види Musgrave R., "Теорија јавних финансija", Научна knjiga, Beograd, 1973, стр. 582



2. Теорија на систематски буџетски дефицит

Претходно констатиравме дека во класичната теорија не се фаворизирал буџетскиот дефицит, односно тој се сметал за коинциденција која требало брзо да се отстрани. Во антицикличните финансии дефицитот се наоѓа и изучува во контекст на општата економска и буџетска политика, односно фазата на депресија или криза во економскиот развој. Меѓутоа, кога таквата криза ќе заврши, дефицитот мора да се отстрани со постепено преминување во политика на буџетски суфицит.

Големата економска депресија и криза на капитализмот, проследена со редовни падови во рецесијата, со сè покуси временски интервали, предизвикале **потреба за активна улога на државата во економијата** - за развиен државен интервенционизам.⁵ Зголемувањето на јавните расходи е проследен со сè поголем јавен долг, кој води кон поголем буџетски дефицит како државен инструмент за постигнување на економска стабилност. Таквата буџетската политика довела до напуштање на поранешните ставови за буџетската рамнотежа и едногодишниот буџет. Кеупес се залага за јавни инвестиции, кои ќе ги надополнат приватните инвестиции, за јавна потрошувачка, која ќе ја надополни недоволната приватна побарувачка, со цел да се постигне полна вработеност и висока стапка на економски раст. Затоа е можно да се користат јавни работи, инвестирања на државата, кои ќе бидат финансирани преку иден дефицит. Со тоа се создава основата на современиот буџетски систем, со активни пари и функционални финансии.⁶

Засилениот раст на јавните расходи и високото ниво на даночна пресија во развиените економии, води редовно до буџетски дефицит и нови појави кај јавниот долг. Сè почесто се прибегнува кон **задолжување и монетарна експанзија, создавање на пари со банкарски кредити**, со поголеми расходи на буџетот, односно разлика помеѓу јавните приходи и расходи. Теоријата на систематскиот буџетски дефицит оди паралелно во чекор со систематскиот раст на јавниот долг.

Современата финансиска теорија, збогатена со придонесот на Кеупес и неговата „теорија на систематски буџетски дефицит“ го отфрлила класичното барање за константна буџетска рамнотежа. Наместо барање за минимални јавни расходи, се воведува начело за оптималност на неговите цели во зависност од состојбата во економијата. Скоро сите облици на јавни расходи (продуктивни, потрошни, трансферни итн.) имаат

5. Современиот циклус се скратил од 7-10 години пред војната, односно 5-7 години по војната, на 3-4 години во седумдесеттите години.

6. Види Keynes J. M., “The General Theory of Employment, Interest and Money“, Macmillan, London, 1936.



одредени **мултиплицирачки** ефекти врз побарувачката, потрошувачката, инвестициите, вработеноста, националниот доход и приближно на сите агрегати во развојот на економијата. Буџетските расходи се трансферираат во круцијално средство за подигнување на нивото на потрошувачка во моменти кога приватната побарувачка покажува тенденција на пад, односно при појава на потенцијална опасност од влез во рецесија.

Со оглед на тоа што големината на буџетот зазема една третина од националниот доход, невозможно е да се очекува дека јавните расходи може да се урамнотежат само со средствата од даноци. „Во услови на големи осцилации во доходот и вработеноста, карактеристика на модерниот капитализам, во некои држави во услови на депресивни години на економскиот циклус е невозможно да се покријат ниту оперативните јавни расходи преку соодветните даночни приходи“.⁷ Иако современата буџетска држава се нарекува „даночна држава“, со даноците се покрива само еден дел од буџетските расходи за што е потребна понагласена примена на јавниот долг, емисијата на државни хартии од вредност и други дополнителни средства.

Со тоа буџетот се става во **функција на општиот развој и финансиската стабилност**. Во таа насока често се води и адекватна „буџетска рамнотежа“, која главно е лажна, бидејќи однапред се вкалкулира дефицитот при изработката на предлог-буџетот и спроведувањето на буџетската политика.

„Правилен пат за владата е оној кој води кон целосна вработеност, без оглед на тоа колку ќе изнесува дефицитното трошење.“⁸ Висината на дефицитот или пак јавниот долг се од споредно значење во однос на ефектите кои се постигнуваат со нив на планот на полна вработеност и раст на националниот доход (стапки на економски раст). Фактот дека проблемот на невработеноста е долгорочен и хроничен, така и дефицитот на буџетот е хроничен или константен. Кај антицикличниот буџет е можна појава и на суфицит во буџетот, што е права реткост. Денес како нормална состојба во буџетот се јавува постојаниот дефицит. Всушност, оваа теорија оперира со постојаниот или перманентниот дефицит во буџетот, со постојана употреба на јавните долгови како средство за покривање на дефицитното трошење.

Посебен проблем е тоа што буџетските дефицити се финансираат преку кредити на централната банка или деловните банки што редовно води кон пораст на паричната маса над потребното ниво дадено со обемот на стоко-паричните трансакции, а тоа често води кон пораст на

7. Види Peric A., „Finansijska Teorija i politika“, sesto izdanje, IEE, Beograd, 1979, стр. 453

8. Види Lerner A., „Functional Finance and the Federal Debt“, Social Research, 1943, стр. 38-53.



побарувачката и пораст на цените. Кредитната политика на банките во таквите односи со државата покажува сè поголема зависност од движењата на јавните расходи и приходи, односно од буџетската политика во целина.

3. Теорија на стабилизациони буџети

Меѓу новите теории на буџетот, кои под товар на сè поголемите јавни расходи и поголемиот буџетски дефицит се приближуваат на класичната теорија, е теоријата на стабилизационен буџет. Притоа, оваа теорија не заговара едногодишна буџетска рамнотежа, туку оди значително подалеку во однос на теоријата на антицикличен буџет. Оваа теорија поаѓа од два вградени автоматски методи на делување на буџетот во современата економија: **методот на автоматски стабилизатори** и **методот или формулата на флексибилност**.

Со цел да се избегнат недоверливите предвидувања за економскиот развој во економијата, како и бавноста во преземањето на соодветни мерки на фискалната политика и нивното одложено делување поради временското задоцнување, оваа теорија се потпира на **автоматските вградени стабилизатори**. Тие автоматски делуваат на однесувањето на цикличните осцилации, односно на промените на националниот доход. Тие служат, главно, како кочница за забавување на кумулирачката опаѓачка тенденција во создавањето на рецесијата, односно во смисла на контракција, кога економијата се движи кон влезната (експанзивна) фаза на циклусот. Овие стабилизатори се составен дел на даночните системи на развиените капиталистички земји преку прогресивниот систем на оданочување.

Даночните системи во развиените економии (данокот доход, данокот на добивка и данокот на потрошувачка) се многу еластично поставени во однос на движењата на економијата. Имено, во период на економски раст доаѓа до автоматско зголемување на јавните приходи по основа на делувањето на прогресивниот систем на оданочување, кој придонесува за поместување на доходот од пониски доходни групи кон повисоки, а кои се оданочени со значително повисока даночна стапка. Често пати, порастот на доходите од една до друга група е помал од обемот на даночната обврска. Тоа придонесува за одржување на стабилноста во економијата. Сосема спротивното се случува при влез на економијата во депресија, доходот на даночните обврзници се намалува и тие преминуваат од повисоки во пониски доходовни групи, кои се оданочени со пониски даночни стапки што им овозможува на лицата да располагаат со повеќе доход за потрошувачка од претходно. Тоа доведува до автоматско намалување на јавните приходи, дури повеќе и од падот на националниот доход, но притоа



придонесува за ограничување на падот на побарувачката, вработеноста и натамошно кумулирање на процесот на депресија. Значи, приходите во двете фази од циклусот делуваат компензирачки на цикличните движења во економијата преку нивно ублажување. Исто така, поголемата склоност кон потрошувачка на пониските доходовни групи овозможува да се стимулира потрошувачката во економијата. За разлика од јавните приходи, кај буџетските расходи има спротивни движења. Во период на депресија доаѓа до нивно интензивирање, со цел да се стимулира потрошувачката, вработеноста и стапката на раст преку примена на трансферните расходи, дотациите, а сосема спротивна ситуација е присутна при експанзија на економијата.

Меѓу расходите кои автоматски влијаат на економијата треба првенствено да се нагласат социјалните исплати за невработеност, намалување на гладот, социјално, здравствено и пензиско осигурување. Невработените лица добиваат помош од фондот за невработени што влијае на зголемување на нивната потрошувачка. Во моментот на нивното вработување помошта се прекинува и доаѓа до обратен процес на уплатување средства по основа на придонеси, кои придонесуваат за полнење на фондот во годините на економски просперитет (се ограничува потрошувачката).

Слично се случува и со фондовите на корпорациите, кои не ги исплаќаат сите средства при економски раст, за потоа при пад на економијата да вршат исплати по таа основа. Сите овие промени мултипликативно се одразуваат врз состојбата на националниот доход.

Формулата на флексибилност се карактеризира со автоматски промени во извесен данок при настанување на одредена специфична промена во економските индикатори. Пример, смалувањето на стапката на раст или инвестиционата побарувачка или невработеност за одреден процент може да биде доволен индикатор за промена на овие корективни мерки, односно во конкретниот случај би дошло до намалување на даночните стапки со цел да се спречи продлабочувањето на рецесијата. Врз основа на таквата (прилично објективна) формула ќе дојде до зголемување на даночните стапки во период на раст и намалување на даночните стапки во период на пад на економијата. Формулата на флексибилност е во извесна мера во спротивност со дискреционите мерки на државата, а најголем недостаток е неконвенционалната економија, поради која тешко се прифаќа. Како друг недостаток се потенцира тешкотијата во изборот на договорените „објективни“ мерки.

Ефикасноста на вградените стабилизатори на буџетската политика зависи од висината на јавната потрошувачка, нивото и структурата на



даночните стапки и степенот на флукутирање на даночната основа со промените во националниот доход.

Константниот раст на приходите и расходите на буџетот и активното користење на буџетската политика во процесот на раст и стабилизација на националната економија не бара повеќе *ex post*, туку *ex ante* приспособување во согласност со макроекономските проекции.

Резиме

Од излагањето на овие три стојалишта за буџетска рамнотежа може да се доловат опциите кои им стојат на располагање на фискалните власти при креирањето и спроведувањето на фискалната политика. Во нив се истакнуваат начините на кој се финансира буџетот и какви мерки се потребни да се преземат за да се реализира една од најважните функции на фискалната политика – стабилизационата функција. Една од нив се залага за умерена дефицитна политика за време на еден економски циклус, друга за континуиран и систематизиран начин на должничко финансирање на државата, со цел да се оствари целта на јавните финансии (подигнување на општествената благосостојба), додека, пак, трета за делување на вградените автоматски стабилизатори во правец на постигнување на рамнотежа во стопанството.

Користена литература

- Atanasovski Z., “Javni finansii”, Ekonomski fakultet, Skopje, 2004.
Gaber S., “Ulogata na javniot dolg vo javnite finansii”, Ekonomski fakultet, Stip, 2013.
Hansen A., “Fiscal Policy and Business Cycles“, New York, 1941.
Keynes J. M., “The General Theory of Employment, Interest and Money“, Macmillan, London, 1936.
Lerner A., “Funtional Finance and the Federal Debt“, Social Research, 1943.
Musgrave R., “Teorija javnih finansija“, Naucna knjiga, Beograd, 1973. Peric A., “Finansijska Teorija i politika“, sesto izdanie, IEE, Beograd, 1979.



ЗНАЧЕЊЕ И ПРИМЕНА НА ПАЗАРНА ОРИЕНТАЦИЈА ВО РАБОТЕЊЕТО НА МСП

д-р Тамара Јованов Марјанова¹, д-р Ристо Фотов², д-р Љупчо Давчев³

Краток извадок

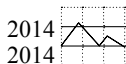
За подобро да се разбере значењето на пазарната ориентација е потребно претходно да се направи разлика помеѓу поимите: маркетинг концепт, маркетинг ориентација и пазарна ориентација. Еволуцијата на маркетинг концептот датира уште од 50-тите години на 20 век, а е опишан како бизнис филозофија којашто потрошувачот го става во центарот т.е. фокусот на активностите. Наспроти бизнис филозофијата, маркетинг ориентацијата може да се опише како начин на имплементација на маркетинг концептот. Од друга страна, пазарната ориентација е „степен до кој бизнис единицата: 1. располага со користи информации за потрошувачите, 2. развива стратегија која ги пресретнува барањата на потрошувачите, 3. ја имплементира таа стратегија преку одговарање на потрошувачките потреби и желби“. Во суштина, може да се каже дека пазарната ориентација е дел од и го поддржува и помага маркетинг концептот како филозофија на работење и маркетинг ориентацијата како деловни активности, обединувајќи ги двата поима. Кај претпријатија кои поминале транзиција независно од нивната големина, генерално, можат да се забележат промени кои настанале под влијание на промената на економскиот систем и бизнис опкружувањето во кое работат. Според деловната стратегија и концептот на работење, нашите МСП сè уште се наоѓаат во состојба на транзиција, со повеќе сличности на минатите искуства на претпријатијата во светот, отколку со нивната конкурентска состојба денес, по завршување на транзицијата.

Клучни зборови: *пазарна ориентација, МСП, деловна стратегија.*

1. Асистент на Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Економски факултет – Штип, ул. „Крсте Мисирков“ бб, 2000 Штип, Р. Македонија

2. Декан на Економски факултет – Штип при Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, ул. „Крсте Мисирков“ бб, 2000 Штип, Р. Македонија

3. Асистент на Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Економски факултет – Штип, ул. „Крсте Мисирков“ бб, 2000 Штип, Р. Македонија



DEFINITIONS AND APPLICATION OF MARKET ORIENTATION IN THE BUSINESS OPERATION OF SME'S

PhD Tamara Jovanov Marjanova, PhD Risto Fotov, PhD Ljupco Davcev

Abstract

To better understand the importance of market orientation, it is necessary to distinguish the terms: marketing concept, marketing orientation and market orientation. The evolution of marketing concept dates back to 1950s, and it is described as a business philosophy that puts the customer at the focus of activities. Marketing orientation can be described as a way of implementing the marketing concept. On the other hand, market orientation is “The degree to which business: 1. has useful information about consumers, 2. develops a strategy that meets consumer demands, 3. implements strategy that responds to consumer needs and desires.” It can be said that market orientation is a part of and supports and assists the marketing concept as a business philosophy and marketing orientation as business activities, uniting the two concepts. For companies who have gone through transition regardless of their size, generally, changes can be seen that have occurred under the influence of the change of the economic system and the business environment in which they operate. According to the business strategy and business concept, our SMEs are still in a state of transition, with many similarities to past experiences of the companies in the world, than with their competitive position today, after the transition.

Key words: *market orientation, SME's, business strategy.*

1. Вовед (Introduction)

За да може да се разбере и оцени начинот на работење на МСП од аспект на маркетингот е потребно претходно да се разгледаат и различните концепции на работење, чијашто употреба/неупотреба ја одредува и иднината на претпријатието. Имено, во текот на развојот на маркетингот како наука и бизнис модел на работење на едно претпријатие се јавуваат повеќе алтернативни концепти по кои организациите ги дизајнираат и изведуваат нивните маркетинг активности (Kotler и Armstrong, 2008): производството, производот, продажбата, маркетингот и општествениот маркетинг концепт. Производствениот концепт, кој е една од најстарите концепции што ги водат претпријатијата вели дека потрошувачите претпочитаат производи кои се лесно достапни, поради што менаџментот треба да се фокусира на подобрување на производството и ефикасноста во дистрибуцијата. Според концептот на производот, потрошувачите ги



претпочитаат производите кои нудат најмногу квалитет, перформанси и иновативни карактеристики. Продажната ориентација смета дека потрошувачите нема да купат доволно производи на претпријатието, доколку не се преземе опсежна продажба и промотивен напор. Маркетинг концептот вели дека остварувањето на организациските цели зависи од познавањето на потребите и желбите на целните пазари и од испорачувањето на посакуваното задоволство подобро од конкурентите. Општествениот маркетинг концепт ги предвидува можните конфликти помеѓу потрошувачките краткорочни желби и потрошувачката долгорочна благосостојба. Според тоа, се претпоставува дека маркетинг стратегијата треба да испорача вредност за купувачите на начин на кој ја одржува или подобрува благосостојбата на потрошувачот и на општеството. Општествениот маркетинг концепт, всушност, ги обединува сите претходни, издигнувајќи ги на повисоко ниво, поради фокусот на потребите и желбите на потрошувачите и долгорочната благосостојба. За подобро да се разбере значењето на пазарната ориентација, потребно е претходно да се направи разлика помеѓу поимите: маркетинг концепт, маркетинг ориентација и пазарна ориентација. Еволуцијата на маркетинг концептот датира уште од 50-тите години на 20 век, а е опишан како бизнис филозофија којашто потрошувачот го става во центарот т.е. фокусот на активностите. Всушност, „маркетинг концептот дефинира уникатна организациска култура, која го става потрошувачот во центарот на размислувањата на претпријатието при креирање на стратегијата и операциите“ (Deshpande и Webster, 1989, pp.4-5). Наспроти бизнис филозофијата, маркетинг ориентацијата може да се опише како начин на имплементација на маркетинг концептот. Односно, маркетинг концептот се однесува на начинот на кој што претпријатието размислува за своите производи, потрошувачи, додека маркетинг ориентацијата се однесува на преземањето на активности кои се неопходни за имплементирање на маркетинг концептот (Wren, 1997). Од друга страна, пазарната ориентација е (Ruekert, 1992, p.228): „степен до кој бизнис единицата: 1. располага со користи информации за потрошувачите, 2. развива стратегија која ги пресретнува барањата на потрошувачите, 3. ја имплементира таа стратегија преку одговарање на потрошувачките потреби и желби“. Во суштина, може да се каже дека пазарната ориентација е дел од и го поддржува и помага маркетинг концептот како филозофија на работење и маркетинг ориентацијата како деловни активности, обединувајќи ги двата поима.



2. Материјал и метод на работа (Materials and methods)

Основата на трудот ја сочинуваат претежно податоци синтетизирани од секундарни извори (стручна литература, публикации, претходни истражувања и сл.) за карактеристиките, настанокот, корисноста и потребата од имплементирање на пазарна ориентација во работењето на малите и средните претпријатија и нејзиното значење за деловната стратегија. Направен е детален преглед на состојбите во еден подолг временски период – од почетоците на малиот бизнис до денес. Заклучоците се давани врз основа на методот на индукција и синтеза.

3. Резултати и дискусија (Results and discussion)

Како и во многу други области, МСП се разликуваат од големите претпријатија и по нивните маркетинг карактеристики. Без оглед на укажувањата и доказите дека маркетингот е клучен елемент за успех во работењето, кај малите претпријатија во тек на годините се забележува еден негативен тренд во однос на примената на маркетингот во нивното работење и прифаќање на култура на маркетинг концепт на работење. Од таа причина, можат да се издвојат маркетинг карактеристики специфични за мали претпријатија, кои ги разликуваат од големите:

- Во однос на поставените маркетинг принципи, и покрај тоа што се смета дека се подеднакво добро применливи и за мали и за големи претпријатија, кај малите претпријатија е воочен сериозен недостаток како резултат на тоа што софистицираниот маркетинг го перципираат како проблематичен (Cromie, 1991).
- Во малите претпријатија не постои јасно разграничување помеѓу маркетингот како целина и продажбата – за голем број мали претпријатија, маркетингот се одвива за време на продажбата и за многу сопственици, продажбата, всушност, претставува маркетинг (Oakey, 1991).
- Сопствениците/менаџерите на малите претпријатија се, пред сè, генералисти, а не специјалисти, што значи дека формалниот маркетинг може да е интересен за претприемачите, но е малку веројатно дека ќе биде прифатен како одговор на нивните специфични потреби или како решение за проблемите (Carson, 1993).
- Генерално, сопственикот на мало претпријатие не верува дека формалното стратегиско планирање е корисно за неговиот/нејзиниот бизнис, иако е докажано дека балансирањето на формалното и неформалното планирање произведува добри резултати (Ogren, 1994).

МСП генерално се соочуваат со проблеми кои произлегуваат од



нивните општи карактеристики – ограничена база на потрошувачи, ограничени маркетинг активности, знаење и влијание, преголема зависност од знаењата и вештините на сопственикот/менаџерот, примена на реактивен, наместо планиран маркетинг, со маркетинг планови изработени само за потребата за обезбедување на заеми. Сепак, недвосмислено може да се каже дека успехот на малите и средните претпријатија зависи не само од присуството на нивните производи/услуги на пазарот, туку и од ефикасниот маркетинг на тие производи во рамките на нивните пазари (Smith, 1990).

Кај претпријатијата во транзиција независно од нивната големина, генерално, можат да се забележат промени кои настанале под влијание на промената на економскиот систем и бизнис опкружувањето во кое работат (Kotler, 1999), кои доколку се споредат со работењето на нашите претпријатија се воочуваат бројни јазови, односно задоцнувања во следењето на тие промени (табела 3.1.).

Табела 3.1. Споредбена анализа на промените во претпријатијата во транзиција во светот и во РМ

Во 60-ти год. на 20 век Сè се одвива во рамките на претпријатието	Нов милениум Повеќе се користи помош однадвор (outsourcing)	Домашни претпријатија (2012 год.) Настојуваат колку што е можно повеќе активности да се завршат во рамките на претпријатието, бидејќи веруваат дека сами најдобро ќе ја завршат работата
Претпријатието подобрувањата во работењето ги врши врз основа на своите искуства	Подобрувањата се вршат преку следење на туѓите искуства/ практики (benchmarking)	Најмногу се следат чекорите на директната конкуренција и се имитира пазарниот лидер, но не во својство на подобрување на одредени практики, туку пред сè, станува збор за просто копирање – на логото, дизајнот на името, заштитните бои на брендот, пакувањето и сл.
Се настапува самостојно	Се соработува со другите претпријатија (networking)	Сè уште се настапува претежно самостојно, а кластерите на ниво на индустријата се оценети како неефикасни, со поделеност помеѓу членовите по разни основи (партииска припадност, несогласувања на ставовите и сл.)



Претпријатието е поделено на функционални департмани	Бизнисот е организиран преку мулти дисциплинарни тимови	Преовладува поделеноста по различни и издвоени едни од други оддели
Фокусот е на домашниот пазар	Фокусот е и на глобалниот и на локалниот пазар	Фокусот е претежно на домашниот и на регионалниот пазар
Се поаѓа од производот	Се поаѓа од потрошувачот и пазарот	Сè уште најпрво се поаѓа од производот, но зголемено е и вниманието кон потрошувачот
Производство на стандардизиран производ	Производство на адаптиран производ	Ретко се врши адаптација на производите за различни пазари, односно се пласираат истите производи на сите пазари на кои настапува претпријатието (домашни и странски)
Фокусот е на производот	Фокусот е на синџирот на вредности	Фокусот е на производот и цената, односно трошоците на производство и продажба
Се користи масовен маркетинг	Се користи таргетиран/целен маркетинг	Сè уште во голема мерка доминира користењето на традиционален масовен маркетинг, дури и од страна на малите претпријатија
Се наоѓа одржлива конкурентска предност	Постојано се бараат нови предности	Се бара одржлива конкурентска предност, која ќе послужи за подолг временски период
Развојот на новите производи е бавен и внимателен	Развојот на нови производи е забрзан	Развојот на нови варијанти на производи во рамките на иста линија на производи е забрзан, но проширувањето на асортиманот, односно внесување на нови линии на производи во асортиманот е бавно
Се користат многу добавувачи	Се користат неколку добавувачи	Се користат неколку добавувачи, со кои се одржуваат блиски врски



Се раководи по веритикална хиерархија озгора – надолу	Се раководи во сите правци озгора - надолу, оздола - нагоре и хоризонтално	Доминира вертикалната хиерархија озгора – надолу, особено во малите претпријатија
Се оперира во местото - конкретниот пазар	Се оперира и на пазарот и во неговото потесно и пошироко опкружување	Операциите на претпријатијата најмногу се насочени кон конкретниот пазар, без поголемо внимание на останатите стеикхолдери како јавноста, медиумите, можните партнери за стратегиски алијанси, професионалните асоцијации, академските институции

Извор: Адаптирано од Kotler, P. (1999), *“Kotler on Marketing: How to Create, Win and Dominate Markets”*, The Free Press, NY, p.6 и сопствено истражување

Од прегледот може да се забележи дека нашите претпријатија сè уште се наоѓаат во состојба на длабока транзиција, со повеќе сличности на минатите искуства на претпријатијата во светот, отколку со нивната конкурентска состојба денес, по завршување на транзицијата. Елементите наведени во табелата како карактеристики за претпријатијата по периодот на транзиција се, всушност, карактеристики на пазарно ориентирани претпријатија, што споредено со состојбата на нашите претпријатија укажува дека тие се далеку од пазарна ориентација во нивното работење.

Пазарната ориентација е всушност „бизнис култура која: 1. Придава највисок приоритет на профитабилно креирање и одржување на супериорна вредност за потрошувачите, земајќи ги предвид и интересите на останатите стеикхолдери и 2. Обезбедува норми за однесување во однос на генерирање на пазарна интелигенција за тековните и идните потреби на потрошувачите, распределба на интелигенцијата по департмани и одговор на истите од страна на претпријатието, со што се обезбедува конкурентска предност и супериорни организациски перформанси на долг рок“ (Kohli и Jaworski, 1990, p.6). Според Narver и Slater (1990, pp.21-22): „Пазарната ориентација се состои од три бихевиористички компоненти: 1. ориентација кон потрошувачот, што вклучува разбирање на целните купувачи сега и во текот на времето, со цел да се креира супериорна вредност за потрошувачите и разбирање на економските и политичките ограничувања на каналите; 2. ориентација кон конкурентите, што вклучува собирање на информации за постојните и потенцијалните конкуренти, како и разбирање



на краткорочните предности и слабости и долгорочните способности на тековните и на потенцијалните конкуренти и 3. интерфункционална координација, што ја претставува координираната употреба на ресурсите на претпријатието во креирањето на супериорната вредност за целните потрошувачи“. Може да се забележи дека дефинициите за пазарната ориентација се согласуваат во следново: пазарната ориентација резултира во акции на индивидуи кон пазарот кој го опслужуваат, водени од информациите добиени за тој пазар (за потрошувачите и конкурентите), а се одвиваат во сите сектори/оддели на едно претпријатие. Од друга страна, треба да се постават прашањата: како пазарната ориентација може да придонесе за повисоки бизнис перформанси? Како да се биде сигурен дека се применува пазарна ориентација и дека она што од аспект на сопственикот/менаџерот е пазарна ориентација и фактички може да се смета за таква? Без оглед на тоа дали се свесни или не, најголем дел од претпријатијата имаат некоја допирна точка со пазарната ориентација, само прашање е дали тоа го прават планирано и правилно или махинално. Пазарната ориентација има одредени карактеристики, по кои може да се препознае степенот на нејзината употреба во претпријатието (Wren, 1997):

- Фокус кон потрошувачите (демонстрирање на разбирање и посветеност кои резултираат со понуда на поголема вредност, а клучни елементи на однесување посветено на потрошувачот се: истражување и концентрирање на потребите, мерење и известување за задоволството на потрошувачите, подобрување на постојните и нудење на нови производи/услуги);
- Пазарен разузнавачки систем (систематски и интегриран пристап кон собирање анализа и претворање на податоците во пазарни информации, складирање и соодветна реакција. Се однесува на истражување и тестирање на пазарот, а вклучува: систематски методи за организација на тековните информации, мрежа за собирање и дистрибуција на информациите, каде што има потреба во рамките на претпријатието, систематски пристап при собирање на нови пазарни информации преку квантитативни и квалитативни методи и процес на анализа на информациите за донесување на одлуки);
- Ориентација кон конкурентите (проширување на погледите во однос на конкуренцијата од конкуренција во рамки на индустријата кон т.н. генеричка конкуренција, затоа што конкуренција од аспект на потрошувачите е сè она што ќе ја задоволи потребата. Затоа претпријатијата треба да се ориентираат кон *бенчмаркинг*, односно примена на најдобрата практика, да ги евалуираат стратегиите и понудите на конкурентите на пазарот, нивните активности, и



- предвидување на нивната реакција во однос на сопствената понуда);
- Интерфункционална ориентација (целосна посветеност на сите во претпријатието за изградба и воведување на маркетинг, односно пазарна филозофија во работењето и интегрирање на маркетинг активности кои ќе обезбедат вредност за потрошувачите. На пример, различни сектори и тимови во претпријатието работат заедно за креирање на понуда за потрошувачите - од размена на информации, преку интегрирање на стратегиите и поделба на ресурси, до создавање на вредност);
- Фокус на долги рокови (фокусот на подолг временски период обезбедува основа за креирање на ефикасни стратегиски планови и осигурува напредок во креирањето на лојални потрошувачи преку идентификување и надминување на тешкотиите и идентификување и примена на нови производи и услуги).

Овие карактеристики за препознатливост на примената на процесот на пазарна ориентација вклучуваат повеќе од само неколку чекори на одредено однесување. Тие подразбираат широко прифаќање на нов вид на организациска култура базирана на заеднички вредности и слично или исто разбирање на пазарот и неговите потреби, како и дистрибуција на внатре-органizaциска моќ на одлучување. Честопати промените се иницирани од сопственикот или врвните менаџери на едно претпријатие, но соработката помеѓу секторите и соодветниот систем на наградување се исто така значајни за успешно имплементирање на пазарна ориентација.

4. Заклучок

Може да се заклучи дека промената на начинот на менаџирање, пренасочен од производот кон потрошувачот произлегува од зголемената конкурентност во меѓународното бизнис опкружување, брзите промени во технологијата кои доведоа до скратен животен циклус на производите, како и зголемената моќ на потрошувачите (Pitt et al, 1996). Претпријатијата мораа да најдат начин да ги задржат своите пазари, поради што многу претпријатија почнаа со развивање на формални програми за зголемување на квалитетот на производството, подобрување на понудените услуги и промовирање на обновената посвета на служење на потрошувачот. Постојат докази кои демонстрираат дека трансформацијата довела до зголемување на користењето на маркетинг активностите од страна на претпријатијата, практики кои ја рефлектираат разбудената свест на менаџерите за неопходност од развој и одржување на пазарна ориентација на претпријатието (Deshpande и Webster, 1989). Сепак, нешто што и



понатаму останува карактеристично за транзициските економии, во кои сè уште спаѓа и РМ, е тоа што претпријатијата честопати се неуспешни во развивањето на фокус кон нивните потрошувачи и пазари, а фокусот кон пазарот не е ништо друго, освен ориентирање на активностите на претпријатието во насока на задоволување на потрошувачките потреби и барања. Компонентите на пазарната ориентација и чекорите за нејзина имплементација во едно претпријатие, како и факторите кои водат кон интерна структура на претпријатие способно да гради силни брендови треба да добијат сериозен пристап од страна на менаџерите/сопствениците на претпријатијата, бидејќи пазарната ориентација е средство за имплементирање на маркетинг концептот кое ја обезбедува основата на секој бизнис - постоењето на ентузијастички настроени потрошувачи за планираниот производ.

Користена литература

- Dawes, J. (1999), “The Relationship Between Subjective and Objective Company Performance Measures in Market Orientation Research: Further Empirical Evidence”, *Marketing Bulletin*, Vol.10, May, pp.65-75
- Deng, S. and Dart, J. (1994), “Measuring Market Orientation: A Multy Factor, Multy – Item Approach”, *Journal of Marketing*, Vol.10 (8), pp.725-742;
- Deshpandé, R. and Farley, U. J. (1998), “Measuring Market Orientation: Generalization and Synthesis”, *Journal of Market Focused Management*, Vol.2 (3), pp.213-232.
- Erdil, S., Erdil, O. and Keskin, H. (2003), “The relationships between market orientation, firm innovativeness and innovation performance“, *Journal of Global Business and Technology*, Vol.1, pp.1-11 [Интернет] Достапно на: <http://02be6c1.netsolhost.com/docs/jgbat/v1n1/v1n1p4.pdf>
- Farrell, M. A. and Oczkowski, E. (1997), “An Analysis of the MKTOR and MARKOR Measures of Market Orientation: An Australian Perspective”, *Marketing Bulletin*, Vol. 8, Article 3, pp. 10-11
- Golden, P., Doney, P., Johnson, D. and Smith, J. (1995), “The Dynamics of a Market Orientation in Transition Economies: A Study of Russian Firms”, *Journal of International Marketing*, Vol.3 (2), pp. 29-49.
- Крепара, А., Berthon, P., Webb, D. and Leyland, P. (2003), “Mind the Gap: An Analysis of Service Provider Versus Customer Perceptions of Market Orientation and the Impact on Satisfaction”, *European Journal of Marketing*, Vol.37 (1), pp.197-218.
- Narver, C. J. and Slater, F. S. (1990), “The Effect of a Market Orientation on Business Profitability”, *Journal of Marketing*, Vol.54 (4), October, pp.20-35.

- Pitt, L., Caruana, A. and Berthon, P. R. (1996), “Market Orientation and Business Performance: Some European Evidence”, *International Marketing Review*, Vol.13 (1), pp.5-18.
- Ruekert, W. R. (1992), “Developing a Market Orientation: An Organisational Strategy Perspective”, *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 9 (3), p. 228.
- Siguaw, J., Simpson, P. and Baker, T. (1998), “Effects of Supplier Market Orientation on Distributor Orientation and the Channel Relationship: The Distributor Perspective”, *Journal of Marketing*, Vol.62, July, pp. 99-111
- Pelham, A. M. and Wilson, D. T. (1996), “A Longitudinal Study of the Impact of Market Structure, Firm Structure, Strategy, and Market Orientation Culture on Dimensions of Small-Firm Performance”, *Journal of Academy of Marketing Science*, Vol.24 (1), pp. 27-43



УДК: 330.368-027.511 (100-773:100-775)

Стручен труд

НЕРАМНОМЕРНАТА РАСПРЕДЕЛБА НА ДОХОДОТ ВО ЕРА НА ГЛОБАЛИЗАЦИЈА

м-р Влатко Пачешкоски, д-р Емилија Митева-Кацарски

Abstract

With the development of technology and the growing interdependence in the conduct of international relations, particularly in their existence and functioning today, is a fundamental economic power. On the other hand, economic power, usually, is determined by the following performance: per capita GDP, and the importance of participation in international trade and international finance, the ability for accumulation and creation of new technologies and the use of new technologies, through whose application is creating opportunities for even greater accumulation. Therefore free to conclude that the fight in the research and development of new technologies at the same time and the competition for better position in the world economy.

Key words: *globalization, developing countries, International trade, international finance.*

Краток извадок

Со развојот на технологијата и сè поголемата меѓузависност во одвивањето на меѓународните односи, особено во нивното егзистирање и функционирање, денес фундамент е економската моќ. Од друга страна, економската моќ најчесто е детерминирана од следниве перформанси: пер capita БДП, учеството и значењето во меѓународната трговија и во меѓународните финансии, способноста за акумулација и создавање на нови технологии и употребата на новите технологии, преку чијашто примена се создаваат можности за уште поголема акумулација. Оттука слободно може да се констатира дека борбата во истражувањето и развојот на новите технологии во исто време е и натпревар за што подобра позиција во светската економија. Во овој труд е имплементирана анализа и се дава одговор како денес во ера на глобализација е распределена економската моќ во светската економија, причините за немоќта во светската економија и трансформацијата на моќта во светското стопанство.



Клучни зборови: глобализација, економска моќ, трансформација, меѓународна трговија, меѓународни финансии.

Вовед

Факт е дека глобализацијата е во тек и дека барем во сегашната фаза се одвива асиметрично. Различното ниво на економска развиеност на одделните земји веројатно е основната причина што голем дел од нив не можат да се интегрираат во светските економски текови, т.е. не можат да ги валоризираат позитивните страни на процесот на глобализација или, ако евентуално ги користат, тогаш тоа е во помала мера. Друг дел земји се наоѓаат надвор од процесот на глобализација или апсолутно се „изгубени“ во него. Апострофираната маргинализација во сегашната етапа на глобализацијата е неизбежен факт, бидејќи во нејзината основа е вграден моделот на „пазарниот фундаментализам“ кој *per definitionem* дејствува според принципот центар - периферија *id est* продуцира регионални диспаратети, фаворизирајќи ги развиените земји, а дестимулирајќи ги помалку развиените.

Зголемување на дискрепанцата во економскиот развој помеѓу развиените земји и земјите во развој

Како и порано, а особено денес, факт е дека нерамномерно е распределен економскиот развој во светската економија. Врз основа на тоа овде може да се констатира дека светската моќ, т.е. светското богатство е сконцентрирано во еден мал број земји. Тенденцијата за продлабочување на дискрепанцата во развојот меѓу развиените и помалку развиените земји и натаму продолжува, при што односот врз основа на степенот на развиеноста, мерен преку БДП *per capita* меѓу развиените и најмалку развиените земји во 1946 година е 10:1, а денес е над 100:1. Додека, пак, односот меѓу развиените земји и земји во развој од 11:1 во 1946 година, денес е 15:1. Најексплицитно тоа го покажуваат и следниве податоци од табела 1.

Од друга страна, светскиот економски раст во текот на последните педесет години беше импресивен. Тоа беше евидентно во развиените земји што напредуваа со брза стапка, наспроти сиромашните земји што се движат напред со бавни чекори и заостануваат сè повеќе во однос на развиените земји. Во периодот од 1947 до 2010 година просечниот *per capita*, во светски рамки, е зголемен за приближно десет пати, поточно БДП се зголеми од три трилиони долари на преку триесет трилиони долари. Меѓутоа, и покрај ваквиот раст на светскиот аутпут, повеќе од осумдесет земји имаат понизок *per capita* денес, отколку во 1990 година.



Исто така, над 25% од 4,5 милијарди население во сиромашните земји уште имаат животен век под четириесет години. Исто така, просечниот доход во петте најбогати земји на светот е за 114 пати поголем од петте најсиромашни земји, така што тој јаз е најголем од кога било досега.

Врз основа на претходно изнесеното, нашиот став е дека проблемот на дискрепанцата меѓу ЗВР и РЗ сè повеќе се продлабочува како резултат на дејствувањето на процесот на глобализација. Во тој контекст се забележува дека светскиот БДП во 20 век се зголеми за десет пати во развиените земји, додека пак во земјите во развој за три пати. Всушност, државите од богатиот Север вешто, на најдобар можен начин, ги искористија стартните позиции во процесот на глобализација. Корисностите и ефектите од глобализацијата за оваа група земји се огромни, што може да се согледа и од следнава табела 2.

Исто така, за продлабочување на јазот во развиеноста меѓу РЗ и ЗВР свој придонес имаат ТНК, од една страна, и ограничувачките фактори на нивниот развој и експоненцијалниот раст, од друга страна.

Веќе неколку децении јадрото на светската економија се управува на меѓународно ниво. Така финансиските пазари иницијално беа раководени преку ММФ, иако тие сега се децентрализирани; трговијата се управува преку СТО (порано ГАТТ); а координацијата на економската политика преку Г7. Меѓутоа, ниту една од тие координирачки агенции не му посветува внимание на она што би можело да се посматра како централен проблем на глобалната политичка економија. Имено, што произлегуваат меѓу нив, од бруто разликите во приходот и благосостојбата меѓу нејзините конституентни, подекономии и односи на доминација и субординација. Растечката интеграција на богатите со сиромашните подекономии има тенденција да стабилизира еден класен систем на глобално ниво.

Во претходните епохи меѓународните односи на нееднаквост беа посматрани како непроблематичен исход на супериорноста на доминантните сили. Во тековните околности тие често се посматраат како морално одбивни, а почесто како проблематични, во поглед на нивниот капацитет за поткопување на светската економија како целина.

Првиот доказ дека глобалната нееднаквост била посматрана како општ политички проблем беше институционализацијата на програмите за економска помош, воспоставени поединечно од повеќе високоразвиени земји во педесеттите и шеесеттите години. Програмите за помош, обично, имаа една од трите наводни цели: да спречат специфични закани за човечкиот живот (како што е привремената немаштија), да ја наполнат локалната економска пумпа со финансирање такви стратемски проекти (како што се браните) или совладување општествени или културни бариери



на развојот, вклучувајќи воведување програми за контрола на раѓањето. Финансиските трансфери често беа придружени од тимови.¹ Таквата помош за развој многу ретко беше алтруистичка или контролирана од примателите: таа често беше насочена кон поранешните колонии или воспоставени сфери на влијание; или често беше поврзана со воена помош, како начин за одржување посебен идеолошки калап во државата-домаќин и се инсистираше парите од неа да се користат за купување производи од земјата-донатор. Речиси насекаде донаторите имаа јасна обврска да ги одржуваат пазарите за произведените производи и стабилни нискотрошковни добивки на суровини во земјите-домаќини.

Помошта формираше дел од спектар на односи, вклучувајќи трговија и задолжување, меѓу богатите и сиромашните земји, што изгледаше како засилување на глобалната нееднаквост. До седумдесеттите години развојното прашање генерираше криза на легитимацијата во тие односи - барањата за моралност, на начин на којшто богатите држави ги третираат сиромашните, повеќе не можат да бидат одржливи. Оттука произлегуваат две општествени научни теории што ефикасно го делегитимизираат односот. Првата е таканаречената Сингер-Пребишов или структуралистичкиот доказ. Таа сугерира дека богатите држави имаат динамични економии насочени кон технолошки напредок во којшто монополските корпорации и ефективните синдикати можат да ги држат цените на произведените стоки. Во исто време, сиромашните држави имаат слаби инвестициски матрици и дезорганизирана работна сила, што значи дека постои постојан намалувачки притисок врз цените на производите и нема поттик за индустриска разновидност. Тоа создава конзистентна тенденција кон растечки диспаратет меѓу произведените производи и суровините, а со тоа развојот се прави невозможен. Наспроти тоа, теоријата на зависност, како што се знае, се концентрира врз алокацијата на капиталот. Имено, се докажува дека тие што го имаат капиталот внимателно ја користат алокацијата на капиталот за да ја контролираат матрицата на развој во ЗВР.

Тие докажувања доведоа до една конференција, спонзорирана од УНКТАД, на којашто сите држави, во принцип, се согласија за подобрување на помошта, воспоставување рамнотежа во растечкиот диспаратет во однос на трговијата, а на ЗВР им беше дадено повеќе власт во органите на глобалното економско управување. Сепак, малку од тие цели се реализираа, па така меѓународниот економски поредок, општо земено, стана понеуреден и децентрализиран во којшто положбата на ЗВР станува сè понезавидна.²

1. www.imf.org/poverty;reduction&growth;facility

2. www.unctad.org



Меѓународните економски односи во услови на глобализација како генератор на нерамномерната распределба на доходот во светската економија

На денешното ниво на општествено економски развој националните граници се претесни и е нужна потребата од заедничко глобално сознавање, уважување и регулирање, односно разрешување на прашањата и проблемите што ги тангираат сите земји и народи, независно од континентот каде што припаѓаат и нивото на развиеност. Оваа состојба се јавува како резултат на сè поголемата и поразновидна меѓузависност помеѓу државите во светот и светската економија.

Системот на меѓународни економски односи се регулира на истиот начин како што е поставен уште пред пет децении, според концептите и интересите на земјите кои во тоа време го имаа приматот во светското стопанство. Кога земјите во развој започнаа да се појавуваат на светската сцена, по Втората светска војна, тие се соочија со систем кој не им одговара и којшто систем ги промовира исклучиво интересите на развиените земји.

Денес, кога се во тек крупни промени во светот и во мултилатералната соработка, ЗВР се маргинализирани на светската политичка и економска сцена. Всушност, тие се принудени тежиштето на своите активности да им го пренесат на меѓународните организации кои се основни промотори на меѓународната економска соработка, како што се Светската трговска организација, Меѓународниот монетарен фонд и Светската банка, кои исклучиво се во функција на развиените земји.

Иако формално сите земји-членки се согласуваат дека земјите во развој треба да обезбедат подобри услови за развој, конкретните акции во тој правец се одвиваат многу тешко и со отпор од развиените земји. Всушност, станува збор за прилично радикални ставови и длабоко всадени принципи и правила на постојниот систем.

Да го истакнеме, на пример, принципот на недискриминација, што е темел на којшто почиваат теоријата и праксата на меѓународната трговија. Кога земјите во развој ја изразија потребата тој принцип да не се применува во меѓународната трговија за ЗВР и да им се одобри преференцијален третман, тоа беше доживеано како вистински шок. Оценето е дека со таквата постапка ќе биде нарушен темелот на системот за меѓународна трговија и дека тоа ќе доведе до дискриминација во меѓународната размена и сл. Исто така, неразвиените држави никогаш немаат остварено право на пристап на пазарите на развиените земји. Тој проблем е присутен до денес. Субвенциите од развиените земји коишто им ги даваат на своите производители ги прават поконкурентни наспроти производителите од земјите во развој.



Во претходно наведените состојби од меѓународната трговија најсилно се рефлектираат спротивставените интереси на земјите. Овие и уште многу други трговски проблеми го потресуваат меѓународниот трговски систем и ја нарушуваат неговата стабилност. Истовремено со тоа се наметнува и потребата од негова реформа. Иницијалните напори за ново конципирање на меѓународниот трговски систем се направени од страна на институциите преку кои се регулирани меѓународните трговски односи. Тие реформи се однесуваат на: натамошна либерализација и ширење на светската трговија за зголемување на благосостојбата на сите земји, особено на неразвиените земји; јакнење на улогата на СТО, подобрување на системот на мултилатерална трговија врз начелата и принципите на СТО, со цел за засилена мултилатерална дисциплина.

Вака поставената институционална концепција и ориентација декларативно е многу попрогресивна. Меѓутоа, практиката предупредува дека доколку не се реализираат порадикални промени во вкупните општествено-економски односи, таа ќе остане нереализирана.

Трансформациите и приспособувањата на СТО и другите меѓународни организации кои ги регулираат меѓународните економски односи се неопходни. СТО постојано се трансформира, оваа организација настанала од трансформацијата на претходно формиранiot систем за регулирање на трговските односи – конференцијата за царини и трговија ГАТТ којашто заради приспособување кон економските односи во тоа време мораше да биде изменета. Ваквите промени се однесуваат и на политиките на Светската банка, како и на Меѓународниот монетарен фонд. ММФ врши наметнување на својата владејачка политика во земјите во развој, ветувајќи им пристап до капитал, доколку тие ги прифатат неговите одлуки за монетарната, фискалната и трговската политика. Тоа не се само консултации, тоа се всушност ултиматуми коишто мора да бидат прифатени за да се добие пристап на пазарот на капитал, како и за да се добијат развојни програми и финансирање од Светската банка во ЗВР. Овие прашања се испреплетуваат со социјалната политика во секоја од земјите поединечно. Поради таквото испреплетување настанувале и внатрешни конфликти во ЗВР, како и губење на власта на владите коишто своите избори ги добиле на демократски начин.

Затоа, огромни се напорите за долгорочна консолидација помеѓу ЗВР и меѓународните институции и тие напори се насочени кон акцентирање на потребата од конвергентност на економските перформанси, како приоритетен и нужен предуслов и пронаоѓање на начини што ќе обезбедат значаен степен на дисциплина и координација за спроведувањето на националните економски политики.



Оттука, поаѓајќи од комплексноста и условеноста на вкупните промени во меѓународните економски односи, може да се констатира дека решавањето на проблемите со кои се судираат тие мора да се бара во поширок контекст, односно да се опфатат финансиските, монетарните, трговските и технолошко-развојните структури. Иако денес, заради наведените неусогласености и конфликти, не постои глобална развојна стратегија, сепак, долгорочно гледано, таа претставува неизбежна перспектива.

Свеста за основните цивилизациски вредности на новото глобално општество ќе го даде моделот на одржлив развој, според кој треба да има место за сите, доволно простор за развој и квалитетен живот на сите народи и земји со хуманизација на односите во светот.

Заклучок

Врз основа на претходно изнесеното, нашиот став е дека проблемот на дискрепанцата меѓу ЗВР и РЗ сè повеќе се продлабочува како резултат на дејствувањето на процесот на глобализација, поточно преку елементите на економската глобализација (меѓународна трговија и меѓународни финансии) и ТНК, од една страна, и ограничувачките фактори на нивниот развој и експоненцијалниот раст, од друга страна. Нееднаквоста во развојот, како глобален проблем, предизвикува многу негативни консеквенци, хомогенизирајќи ги недоволно развиените земји врз основа на сиромаштијата, така што претставува сериозна закана за светскиот мир. Оттаму, овој проблем бара глобални зафати и решенија, а на тоа се противи крупниот капитал зашто не сака да ги загуби можностите за големи профити. Секој обид за регулирање на економските односи, на глобално ниво, крупниот капитал и неговите носители го доживуваат како удар на нивните интереси. И покрај нивниот силен отпор, неопходно е институционализирање на меѓународните економски и политички односи за конструктивно решавање на овие проблеми.



Користена литература

- Čomski, N. (1999), Profit iznad ljudi: neoliberalizam i globalni poredak, Svetovi, Novi Sad.
- Dragičević, M. (2004), Ekonomija i novi razvoj, Alinea, Zagreb.
- Drašković, V. (2007), Pojam, uzroci i posledice globalizacije, u: Globalizacija i tranzicija, Centar za ekonomska istraživanja Instituta društvenih nauka, Beograd, 4. Drašković, V. (2008), Kontrasti globalizacije, Ekonomika i Fakultet za pomorstvo, Beograd
- Lensink, Robert, and Oliver Morrissey, 2006, “Foreign Direct Investment: Flows, Volatility, and the Impact on Growth,” Review of International Economics, Vol. 14, No. 3, pp. 478–93.
- “A Fair Globalization, Creating Opportunities for all” WORLD COMMISSION ON THE SOCIAL DIMENSION OF GLOBALIZATION Washington DC, 2011
- Douglas D. Jr. Southgate, Douglas H. Graham, and Luther G. Tweeten “The World Food Economy”, Malden, MA : Blackwell, 2008
- Donald M. Snow, “Distant Thunder: Third World Conflict and the New International Order”, New York, 2005
- Felix Moses Edoho “Globalization and the New World Order: Promises, Problems, and Prospects for Africa in the Twenty-First Century”, Population council NY, 2012
- Jagdish Bhagwati “Lectures on International Trade”, Columbia University, 2011
- Wallerstein , I. World-Systems Analysis: An Introduction. Durham, North Carolina: Duke University, 2009



Табела 1. Дискрепанца во степенот на развој меѓу РЗ и НРЗ, РЗ и ЗВР за периодот од 1946 до 2010 година

	Развиени земји/ Најмалку развиени земји	Развиени земји/сите земји во развој
1946	10,5 : 1	11,0 :1
1960	26,5 : 1	12,3 :1
1970	37,3 : 1	12,1 :1
1980	44,4 : 1	12,9 :1
1990	60,2 : 1	13,0 :1
2000	90,0 :1	14,9 :1
2010	94,3:1	15,3:1

Извор: A Fair Globalization, Creating Opportunities for all” WORLD COMMISSION ON THE SOCIAL DIMENSION OF GLOBALIZATION Washington DC, 2011

Табела 2. Ефекти од глобализацијата за развиените земји и за помалку развиените земји од 1970 до 2010 година

Година	Процент од глобалниот доход кој оди во прилог на 20% најбогати земји	Процент од глобалниот доход кој оди во прилог на 20% најсиромашни земји	Однос помеѓу најбогатите и најсиромашните
1970	70,2	2,3	30:1
1980	73,9	2,3	32:1
1990	76,3	1,7	45:1
2000	82,8	1,3	64:1
2010	85,3	1,1	90:1

Извор: Brown and Kane , *The globalization of World Politics* , Oxford University Press, 2011 p 456



УДК: 314.12:311.21-058.833]:303.723
(497.7) „2000/2013“

Стручен труд

КОРЕЛАТИВНА ЗАВИСНОСТ НА НАТАЛИТЕТОТ И СКЛУЧЕНИТЕ БРАКОВИ ВО МАКЕДОНИЈА

м-р Наташа Стојовска¹, д-р Круме Николоски², д-р Трајко Мицески³

Краток извадок

Статистичките податоци за природното движење на населението во речиси сите земји во светот покажуваат постепено намалување на бројот на живородени деца. Од овој светски тренд не е исклучок ниту Македонија.

Меѓу бројните економски, социјални, психолошки и технолошки фактори кои го детерминираат движењето на natalitetot, доста значајно е влијанието на бројот на склучени бракови.

Токму извршената корелативна анализа во рамки на овој труд ќе го покаже степенот на зависност на живородените деца од бројот на склучени бракови во Македонија во периодот од 2000 до 2013 година.

Клучни зборови: *живородени деца, склучени бракови, корелативна зависност, фактори.*

Abstract

Statistical data about natural movement of population show gradual decrease in the number of live births in almost every country in the world. From this global trend neither Macedonia is exception.

Among numerous economic, social, psychological and technological factors that determine the movement of live birth, quite significant impact has the number of marriages.

The conducted correlation analysis within this paper will show the intensity of influence that marriages have on live births in Macedonia in the period from 2000 to 2013.

Key words: *live births, marriages, correlation dependency, factors.*

1. Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, natasa.stojovska@ugd.edu.mk

2. Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, krume.nikolski@ugd.edu.mk

3. Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, trajko.miceski@ugd.edu.mk



Вовед

Во поново време, бројните фактори кои влијаат врз наталитетот се јавуваат како последица на современото живеење изразено преку подобрите општи услови за живеење, пошироката и подостапна здравствена услуга, поголем степен на образование на жената и нејзина вклученост на пазарот на труд. Всушност, економскиот, социјалниот и културниот напредок на човекот водат кон зголемување на потребите за професионален развој, лично задоволство и уживање, од една страна, а намалување на желбата за стапување во брак и имање деца, од друга страна.

Доста значајни фактори на влијание на наталитет во помалку развиените земји каде што спаѓа и Македонија се понискиот животен стандард и невработеноста како економски фактори, кои заедно со психолошките фактори и желбата за професионален развој го одложуваат бракот, а со тоа и имањето деца.

Состојбата со наталитетот во Македонија

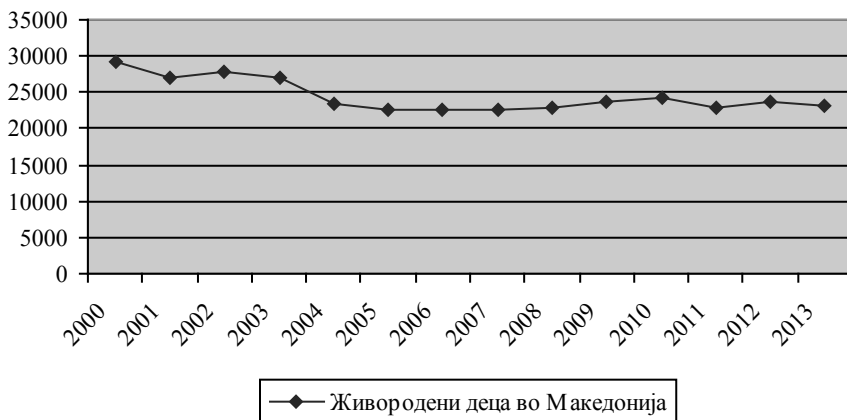
Движењето на наталитетот во апсолутни (број на живородени деца) и релативни (стапка на наталитет) вредности во Македонија во периодот од 2000 до 2013 година е претставено табеларно и графички во продолжение.

Табела 1. Наталитетот во Македонија во периодот 2000-2013 г.

Година	Р. Македонија	
	Живородени деца	Стапка на наталитет
2000	29.308	14,5
2001	27.010	13,3
2002	27.761	13,7
2003	27.011	13,3
2004	23.361	11,5
2005	22.482	11,0
2006	22.585	11,1
2007	22.688	11,1
2008	22.945	11,2
2009	23.684	11,5
2010	24.296	11,8
2011	22.770	11,1
2012	23.568	11,4
2013	23.138	11,2

Извор: Државен завод за статистика на Р. Македонија

Графикон 1. Живородени деца во Р. Македонија во периодот 2000-2013 г.



Од табеларниот и графичкиот приказ на апсолутните вредности за живородени деца се забележува значајно намалување на нивниот број во 2013 година споредено со 2000 година. Исто така, се забележува континуиран пад во целиот анализиран период (посебно во 2004 година), а процентот на намалување за целиот период изнесува 21,1%.

Графикон 2. Стапка на наталитет во Р. Македонија во периодот 2000-2013 г.





И графичкиот приказ на релативните вредности (стапката на наталитет) го потврдува негативното природно движење на населението во нашата земја во периодот 2000-2013 година.

Состојбата со склучените бракови во Македонија

Движењето на склучените бракови во апсолутни и релативни вредности во Македонија во периодот од 2000 до 2013 година е претставено табеларно и графички во продолжение.

Табела 2. Склучени бракови во Р. Македонија во периодот 2000-2013 г.

Година	Р. Македонија	
	Склучени бракови	Стапка на нупцијалитет
2000	14.255	7,0
2001	13.267	6,5
2002	14.522	7,1
2003	14.402	7,1
2004	14.073	6,9
2005	14.500	7,1
2006	14.908	7,3
2007	15.490	7,6
2008	14.695	7,2
2009	14.923	7,3
2010	14.155	6,9
2011	14.736	7,2
2012	13.991	6,8
2013	13.982	6,8

Извор: Државен завод за статистика на Р. Македонија

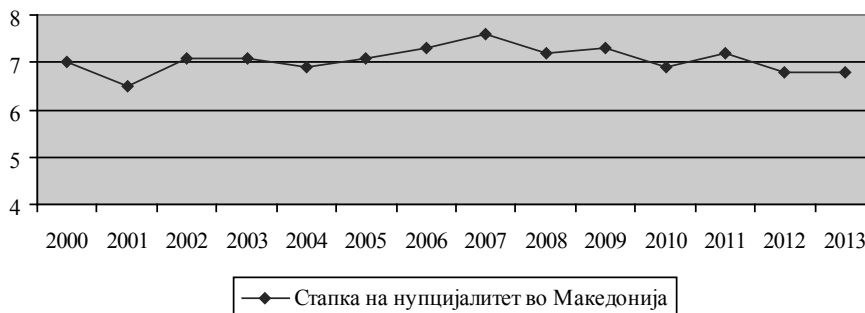
Графикон 3. Број на склучени бракови во Р. Македонија и Р. Србија во периодот 2000-2013 г.





Табеларниот и графички приказ на склучени бракови, исто така, покажуваат тренд на намалување на нивниот број и покрај цикличното движење т.е. наизменичниот пад и раст. Така, во 2013 година во Македонија се забележува пад на бројот на склучени бракови за 1,9% во однос на 2000 година, иако во оваа година се забележува стагнирање.

Графикон 4. Стапка на нупцијалитет во Р. Македонија и Р. Србија во периодот 2000-2013



И графичкиот приказ на релативните вредности на склучените бракови (стапката на нупцијалитет) го потврдуваат трендот на нивен пад до 2012 година и стагнирање во 2013 година.

Фактори на намалениот број склучени бракови

Брзото темпо на живот што го наметнаа современите трендови (глобализацијата, информациските и технолошките иновации, поголемата вклученост на жената во деловниот свет и други) водат кон поместување на границата на стапување во брак, а аналогно на тоа и намалување на бројот на склучени бракови. Имено, кај девојките и момчињата сè повеќе се зголемува желбата за достигнувања на професионално ниво, патувања и хедонизам, наспроти намалениот интерес за стапување во брак и раѓање деца. Меѓу позначајните фактори кои го детерминираат бројот на склучени бракови се издвојуваат:

- Поголемо учество на жените на пазарот на труд

Денешното ниво на образование, интелигентност и продуктивност на жената се изедначи со она на мажот, а ова од една страна, овозможи исти работни места, плати и полова рамноправност при вработувањето, но и намален интерес за брак, од друга страна. Имено, жените се мотивирани од заработката на пазарот на труд и поради ова се насочуваат кон работата, а бидејќи бракот носи трошоци, сè почесто одлучуваат да не се мажат.



- *Пониски релативни приходи на мажите*

Денес поголемата вработеност на жената во споредба со минатото, значи и изедначување на приходите на мажот и жената, односно зголемување на релативните приходи на жената, а намалување на релативните приходи на мажот. За да се чувствуваат посупериорно и помоќно во однос на жената, мажите најпрво сакаат да обезбедат сигурен и стабилен извор на приход пред да влезат во брак. Постигнувањето на оваа цел бара време поради што го одложуваат бракот.

- *Намалени придобивки од формирањето семејство*

За разлика од порано, кога влегувањето во брак за жената значеше прифаќање на улогата на домаќинка, мајка и сопруга, денес, над сите нив се издигнува улогата на работничка. Ваквата промена на приоритетите индиректно влијае на намален број бракови. Имено, жената при изборот на партнер поставува повисоки критериуми кои треба да ги поседува во однос на образованоста, интелегенцијата и финансиската состојба, односно настојува потенцијалниот сопруг да биде соодветен на нејзиниот статус т.е. на нејзино ниво [1, p.257]. Барањето на соодветниот сопруг одзема време, а ова води кон одложување на бракот или невлегување во брак.

- *Пониски трошоци на супститутите*

Покрај бракот меѓу маж и жена, денес сè почеста е појавата на бракови меѓу лица од ист пол во земјите каде што законски е дозволено. Иако во нашата земја не е дозволен ваков брак, постојат многу парови од ист пол кои се во врска или живеат заедно. Ваквиот тренд влијае на намалување на склучениот број хетеросексуални бракови, а влијанието би било уште поинтензивно доколку и законски се дозволат хомосексуалните бракови.

- *Подобар пристап до квалитетни средства за контрацепција и абортус*

Техничко-технолошкиот развој во медицината овозможи младите парови, но и брачните двојки да го планираат и контролираат бројот на деца и времето на нивно раѓање. За разлика од традиционалните несигурни методи, како броењето на плодни денови, апстиненција и други, техничко-технолошкиот развој овозможи примена на далеку посигурни методи, како што се таблетите за контрацепција, кондоми, хируршка стерилизација и разни инјекции и импланти. Од сите наброени, најпривлечен метод за помладите жени се таблетите за контрацепција и покрај свесноста за нивните негативни ефекти по здравјето и идната репродуктивна способност [2, p.56].

- *Хедонизам – изразена желба за лично задоволство*

Во природата на човекот, како рационално суштество, е стремежот



кон остварување на максимално задоволство со минимално вложени финансиски средства, минимално потрошено време и минимум опасности и ризици. Во услови на раст на расположливиот доход, стресен начин на живот и недостаток на време, променетите барања, вкусови и желби укажуваат на зголемена потреба за уживање, мали задоволства и поквалитетно слободно време. Всушност, желбата за задоволство и телесно уживање добива сè поголеми размери, додека подготвеноста за делење на времето, можностите и задоволството со свој сопатник и дете се губи. Во овој поглед, човекот се јавува како себично и егоистично суштество чиј приоритет е личното задоволство, а не жртвување и нудење задоволство на своето дете.

Корелациска зависност меѓу склучените бракови и наталитетот во Македонија

За да се утврди степенот на влијание на склучените бракови врз наталитетот во Македонија во периодот 2000-2012 г. е потребно да се пресмета коефициентот на корелација преку двојно-логаритамскиот модел:

$$Y_i^* = b_0^* + b^* X_i^* + e_i$$

Каде што Y е бројот на живородени деца (зависна варијаблa), а X е бројот на склучени бракови (независна варијаблa), односно се испитува дали и колкаво е влијанието на склучените бракови врз наталитетот.

Табела 3. Пресметка на коефициентот на корелација меѓу живородените деца и склучените бракови во Р. Македонија

Година	Живородени Y	Бракови X	$Y^* = \ln Y$	$X^* = \ln X$	Линија на регресија \hat{Y}_i	Резидуални вредности e_i^2
2000	29.308	14.255	10.2856	9,5649	10,1206	0,027
2001	27.010	13.267	10,2040	9,4930	10,2024	0,000
2002	27.761	14.522	10,2314	9,5834	10,0995	0,017
2003	27.011	14.402	10,2040	9,5751	10,1089	0,009



2004	23.361	14.073	10,0588	9,5520	10,1352	0,006
2005	22.482	14.500	10,0205	9,5819	10,1012	0,007
2006	22.585	14.908	10,0250	9,6097	10,0696	0,002
2007	22.688	15.490	10,0296	9,6479	10,0260	0,000
2008	22.945	14.695	10,0409	9,5953	10,0860	0,002
2009	23.684	14.923	10,0726	9,6107	10,0684	0,000
2010	24.296	14.155	10,0981	9,5578	10,1286	0,001
2011	22.770	14.736	10,0332	9,5980	10,0828	0,002
2012	23.568	13.991	10,0676	9,5462	10,1419	0,006
2013	23.138	13.982	10,0492	9,5455	10,0932	0,005
Total	342.607	201.899	131,3712	124,5159	141,4644	0,07903

Коефициентот на детерминација изнесува 0,16, што значи дека склучените бракови влијаат со 16% врз наталитетот, додека останатите 84% се резултат на влијанието на други фактори.

Заклучок

Природното движење на населението е детерминирано од бројни економски, социјални, технолошки и психолошки фактори. Дел од овие фактори индиректно влијаат на бројот на живородени деца преку бројот на склучени бракови.

Во случајот со Македонија, извршената анализа покажува дека склучените бракови имаат мало влијание врз бројот на живородени деца т.е. наталитетот. Имено, вредноста на пресметаниот коефициент на корелација покажува дека склучените бракови детерминираат 16% од бројот на живородени деца, додека останатите 84% се резултат на влијанието на други фактори.

Користена литература

- M.Daniele Paserman, Waiting for Mr.Right: Rising inequality and declining marriage rates, Journal of urban economics 53, no.2, march 2003
- Robert A.Hatcher, Felicia Guest, Felicia Stewart, Gary K. Stewart, James Trussel, Erica Frank, Contraceptive Technology, 12th revised edition, Irvington, New York, 1984
- Државен завод за статистика на Р. Македонија, Статистика за население (18.9.2014 г.)



УДК: 339.542 (100-773): [339.54:061.1 (100)

Стручен труд

ПОСЛЕДИЦИТЕ ОД МУЛТИЛАТЕРАЛНИТЕ ТРГОВСКИ ДОГОВОРИ ВО РАМКИТЕ НА СТО ЗА ЗЕМЈИТЕ ВО РАЗВОЈ

д-р Емилија Митева-Кацарски, м-р Влатко Пачешкоски

Краток извадок

Светската трговска организација има значителен придонес во подобрување на пазарниот пристап на земјите во развој и во зголемување на нивната трговија. Како членки на СТО, земјите во развој имаат поголеми можности за учество во светската трговија и за интегрирање во светската економија. Во тој контекст, Светската трговска организација креира рамка за светската трговија која е предвидлива и помалку произволна, што е од особена голема важност за земјите во развој.

Сепак, постојат тешкотии во дефинирањето општи заклучоци во поглед на ефектите кои мултилатералните трговски договори во рамките на СТО ги предизвикуваат за земјите во развој, од причина што земјите во развој како голема хетерогена група, се наоѓаат во различни фази од развојот и имаат различни потреби и интереси.

Клучни зборови: СТО, мултилатерални трговски договори, земји во развој.

THE EFFECTS OF MULTILATERAL TRADE AGREEMENTS UNDER THE WTO FOR DEVELOPING COUNTRIES

Emilija Miteva-Kacarski, Vlatko Paceskoski

Abstract

The WTO has a significant contribution to improving market access for developing countries in increasing their trade. As a member of the WTO, developing countries have greater opportunities to participate in global trade and integration in the world economy. In this context, the WTO creates a framework for world trade that is predictable and less arbitrary, which is especially important for developing countries.



However, there are difficulties in defining general conclusions regarding the effects of multilateral trade agreements under the WTO challenge for developing countries, because developing countries as large heterogeneous group, are in different stages of development and have different needs and interests.

Key words: *WTO, multilateral trade agreements, developing countries.*

Вовед

Општо земено, земјите во развој го зголемија својот пристап на пазарите на развиените земји и на другите земји во развој преку царинската редуција во рамките на ГАТТ и СТО. Според еден од основните принципи на СТО, т.е. принципот на недискриминација на трговските партнери, земјите во развој членки на СТО можат да обезбедат пристап до пазарите на други земји, без реципроцитет. Сепак, царините се генерално повисоки во земјите во развој отколку во развиените земји, што дополнително го отежнува растот на трговијата, барем меѓу земјите во развој. Постојат голем број дополнителни договори во рамките на ГАТТ со кои се регулира царинското вреднување, техничките бариери во трговијата, субвенциите, санитарните и фитосанитарните мерки, како и низа други нецарински мерки. Целта на овие договори е да се креира рамка со која ќе се ограничи произволниот протекционизам. Сепак, постојат низа тешкотии во емпириската верификација на ефектите од овие договори.

Со оглед на бројноста на мултилатералните трговски договори стекнати со децениски преговори, не е возможно да се анализираат индивидуалните ефекти на секој од нив врз земјите во развој и затоа акцентот овде е ставен на Спогодбата за технички бариери во трговијата и Спогодбата за санитарни и фитосанитарни мерки, кои особено ги засегаат земјите во развој, а на тоа упатуваат и анализите на УНКТАД за фреквентноста на нецаринските бариери со кои се соочуваат одделни земји во развој.

Последиците од Спогодбата за технички бариери во трговијата и Спогодбата за санитарни и фитосанитарни мерки за земјите во развој

Дополнителен аргумент кој оди во прилог на доминацијата на техничките бариери во трговијата и санитарните и фитосанитарните мерки во групата на нецарински мерки е истражувањето спроведено од страна на Меѓународниот трговски центар во 11 земји во развој и најмалку развиени земји¹. Во истражувањето не се прикажани одделно техничките бариери

1. World Trade Report 2012: Trade and public policies: A closer look at non-tariff measures in the 21st



во трговијата и санитарните и фитосанитарните мерки, туку се составен дел на категориите „технички барања“ и „оценка на сообразноста“. Истражувањето ги вклучува и мерките наметнати од страна на земјите увознички класифицирани како мерки поврзани со увозот, како и мерките наметнати од страна на матичната земја наведени како мерки поврзани со извозот. Распределбата на пријавените нецарински мерки од страна на 11-те земји опфатени во истражувањето, според нивниот вид, е прикажана на графикон 1.

Учеството на техничките бариери во трговијата во вкупните нецарински мерки изнесува 17%, додека на мерките поврзани со оценка на сообразноста 31%. Збирот на овие две категории (48%) укажува на фактот дека техничките бариери во трговијата и санитарните и фитосанитарните мерки опфаќаат околу половина од вкупните нецарински мерки, вклучувајќи ги и мерките кои се поврзани со извозот. Од пријавените нецарински мерки, 25% се наметнати од страна на матичните земји, додека 75% се наметнати од страна на земјите-партнери. Околу 10% од фирмите го пријавиле негативното влијание врз нивниот бизнис од страна на правилата за потеклото на производите, додека останатите мерки се земаат за помалку предизвикувачки.

Економската литература укажува на фактот дека на агрегатно ниво, техничките бариери во трговијата и санитарните и фитосанитарните мерки не се асоцијација за намалена трговска активност. Една пионерска студија за односот меѓу стандардите и агрегатните трговски перформанси покажува дека стандардите ја унапредуваат трговијата². Оваа студија проценува дека зголемувањето на бројот на стандарди за 10% го зголемува увозот на Британија од остатокот на светот за 3,3%, додека извозот за 2,3%. Друга истражувачка студија, користејќи слични параметри, доаѓа до сознанието дека стандардите имаат незначителен ефект врз трговијата³. Иако нивните наоди се разликуваат, двете студии се соочени со доминантниот став дека националните стандарди ја ограничуваат трговијата.

Техничките бариери во трговијата и санитарните и фитосанитарните мерки, кои ги опфаќаат техничките регулативи, стандардите, како и постапките за оценување на сообразност, земјите начелно ги применуваат за остварување на легитимни цели како што се заштита на здравјето на луѓето и животната средина или спречување на ширењето на болести и

century, WTO, 2013, p.111-114.

2. Swann, G. P., Temple, P. and Shrumer, M.: "Standards and Trade Performance: the UK Experience", Economic Journal 106(438), (1996), pp. 1297 - 1313

3. Temple, P. and Urga, G.: "The competitiveness of UK Manufacturing: Evidence from Imports", Oxford Economic Papers 49(2), (1997), pp. 207-227.



штетници. Во насока на остварување на поставените цели, овие мерки секогаш имаат влијание врз трговијата, при што некои се оправдани, додека други се дискриминаторски. Оттука, произлегува потребата од нивно регулирање.

Спогодбата за технички бариери во трговијата содржи некои одредби кои мора да бидат земени предвид при изготвување, усвојување и примена на техничките правила, со цел да се избегнат неоправданите бариери во меѓународната трговија⁴. Според тоа, оваа спогодба им наложува на земјите-членки на СТО да ги обезбедат потребните институции и инфраструктура, со цел исполнување на наложените одредби. Сепак, постојат голем број земји во развој и најмалку развиени земји кои ја немаат потребната административна структура и правен систем и со тоа не се во можност целосно да ги имплементираат основните одредби од Спогодбата за технички бариери во трговијата. Сето тоа создава ризик за појава на непотребни трговски бариери на пазарите во земјите во развој и крајната резултанта е ограничен влез на конкурентните производи на овие пазари. Ова особено ги погодува потрошувачите преку намалената понуда на добра и високите цени во услови на недостиг на конкурентност. Од друга страна, несоодветната имплементација на техничките регулативи од страна на земјите во развој може да се преведе како неможност истите да исполнат одредени клучни цели, како што е, на пример, заштитата на здравјето и безбедноста на луѓето.

Со оглед на свесноста за содржината и последиците на Спогодбата за технички бариери во трговијата и нејзините општи последици за земјите во развој се креираат активности со цел идентификување на потребите на овие земји за техничка поддршка и помош. Проблемите со кои се соочуваат земјите во развој, а особено најмалку развиените земји, укажуваат на тоа дека земјите во развој не можат да ги искористат предностите и можностите кои ги носи Спогодбата за технички бариери во трговијата. Од друга страна, пак, неможноста на земјите во развој да ги исполнат обврските кои ги наметнува Спогодбата за технички бариери во трговијата резултира со тешкотии за земјите изразени преку неисполнување на легитимните цели (заштита на здравјето и животот на луѓето, заштита на животната средина итн.) Големiot број комплицирани и софистицирани системи кои наложуваат низа технички прописи и стандарди, како и различни барања за сертифицирање и етикетирање, дополнително ја отежнуваат ситуацијата на извозниците од земјите во развој. Како аргумент кој оди во прилог на ваквата ситуација се наведуваат правилата за усогласување

4. Komerskollegium: Consequences of the WTO-agreements for Developing Countries, National Board of trade, Sweden, p. 13.



пропишани во Регулативата на ЕУ за органско производство на земјоделски производи, кои генерираат негативни ефекти врз пристапот на земјите во развој на пазарот на ЕУ. Поради немањето институционален капацитет во креирањето соодветна техничка регулатива, она што преостанува за земјите во развој е хармонизирање на нивната регулатива, со што се остава простор за апсорбирање на технолошките сознанија и соодветните стандарди од развиените земји.

Спогодбата за санитарни и фитосанитарни мерки стапи на сила во 1995 година и опфаќа регулаторни мерки со кои се постигнува безбедност на храната и заштита на растителниот и животинскиот свет. Со оглед на фактот дека земјите во развој обично имплементираат квалитативно или квантитативно пониски санитарни и фитосанитарни стандарди во споредба со развиените земји, во принцип, Спогодбата за санитарни и фитосанитарни мерки треба да овозможи олеснување на трговијата од земјите во развој во развиените земји преку зголемување на транспарентноста и хармонизираноста. Сепак, првичните придобивки од оваа спогодба не кореспондираа со големите очекувања на земјите во развој. Според многу земји во развој, спогодбата сè уште остава многу простор земјите увознички да наметнат нивни национални барања, кои понекогаш можат да бидат засновани на научни анализи со прилично неочекуван ризик⁵. Земјите во развој демонстрираат изразен критицизам поради селективната примена на правилата за диференцијален третман. Вметнувањето нови одредби во Спогодбата со кои земјите во развој треба да прифатат подолги временски рамки има негативно влијание врз нивниот извозен потенцијал. Притисокот на јавноста за строги контроли се зголеми во развиените земји во неодамнешните години како резултат на одредени скандали поврзани со храна. Подготвеноста да се намалат критериумите за безбедност и заштита само за да се задоволат извозните интереси на земјите во развој не е особено изразена во западниот свет.

Заклучок

Исполнувањето на одредбите од Спогодбата за технички бариери во трговијата овозможува поголема транспарентност, предвидливост и го намалува ризикот за земјите во развој од соочување со непотребни нецарински бариери при извоз. Во тој контекст, Спогодбата за технички бариери во трговијата е од полза за извозот од земјите во развој. Од друга страна, отсуството на непотребни трговски бариери на пазарите на

5. Athukorala, P.-C. and S. Jayasuriya. 2003. "Food Safety Issues, Trade and WTO Rules: A Developing Country Perspective". Working Papers in Trade and Development 2003/13. Canberra: Australian National University p.17.



други земји ја интензивира конкуренцијата на овие пазари. На тој начин, извозниците од земјите во развој ќе можат да конкурираат на пазарите во развиените земји.

Најзначајниот ефект од Спогодбата за санитарни и фитосанитарни мерки, и за развиените и за земјите во развој, претставува фактот што со истата се креираат правила со кои се отежнува примената на произволни и дискриминаторски мерки за заштита и се стимулира меѓународната хармонизација. Како што земјите во развој во иднина ќе ја зголемат нивната трговска отвореност, така се очекува придобивките од Спогодбата за санитарни и фитосанитарни мерки за истите да бидат поголеми.

Спогодбата за технички бариери во трговијата, како и Спогодбата за санитарни и фитосанитарни мерки покажуваат дека истите имаат значително влијание врз стандардизацијата, како на национално така и на регионално ниво. Генерално, Светската трговска организација има голем придонес во намалувањето на трговските бариери и во поттикнувањето на светската трговија во повеќе области, но останува уште многу да се направи, посебно во секторите каде што земјите во развој имаат изразени интереси.

Користена литература

- Anders, S. M. and Caswell, J. A. (2009): “Standards as Barriers Versus Standards as Catalysts: Assessing the Impact of HACCP Implementation on U.S. Seafood Imports”, *American Journal of Agricultural Economics* 91(2);
- Athukorala, P.-C. and S. Jayasuriya (2003). “Food Safety Issues, Trade and WTO Rules: A Developing Country Perspective”. Working Papers in Trade and Development 2003/13. Canberra: Australian National University;
- Friis Jensen, Michael. 2002. “Reviewing the SPS Agreement: A Developing Country Perspective”. Working Paper 02.3. Copenhagen: Danish Institute for International Studies;
- Moenius, J. (2004) : “Information versus Product Adaptation: The Role of Standards in Trade”, Northwestern University, Kellogg School of Management, International Business and Markets Research Center Working Paper;
- Swann, G. P., Temple, P. and Shrumer, M. (1996): “Standards and Trade Performance: the UK Experience”, *Economic Journal* 106(438);
- Temple, P. and Urga, G. (1997): “The competitiveness of UK Manufacturing: Evidence from Imports”, *Oxford Economic Papers* 49(2);
- World Trade Report 2012 (2013): Trade and public policies: A closer look at non-tariff measures in the 21st century, WTO;



Графикон.1 Пријавени нецарински мерки
Chart.1 Burdensome NTMs by type of measure, 2010





КОРЕЛАТИВНА ЗАВИСНОСТ МЕЃУ БДП ПО ЖИТЕЛ И НАТАЛИТЕТОТ ВО МАКЕДОНИЈА

м-р Наташа Стојовска¹, д-р Трајко Мицески²

Краток извадок

Намалениот наталитет не е демографска карактеристика само за земјите во транзиција и развој, како што е случајот со нашата земја, туку и за високоразвиените земји.

Глобалниот проблем со намалениот наталитет укажува на неколку светски трендови кои имаат помал или поголем придонес кон ваквото негативно движење на населението. Сите тие се јавуваат како последица на современото живеење изразено преку повисокиот животен стандард т.е. подобрите општи услови за живеење, пошироката и подостапна здравствена услуга, поголем степен на образование на жената и нејзина вклученост на пазарот на труд.

Во трудот, преку табеларни и графички прикази ќе биде претставено движењето на БДП по жител и живородените деца во последната деценија, а статистичката пресметка ќе ја покаже зависноста меѓу овие две варијабли.

Клучни зборови: *наталитет, живородени деца, БДП по жител, зависност, фактор на влијание.*

CORRELATIVE DEPENDENCY BETWEEN GDP PER CAPITA AND THE BIRTH RATE IN MACEDONIA

Natasha Stojovska M.Sc³, Prof. Trajko Miceski Ph.D⁴

Abstract

Reduced birth rate is not demographic characteristic only for transition and development countries, like our country, but also for developed countries.

Global problem of falling birth rate indicates several global trends that have smaller or greater contribution to this negative movement of population.

1. Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, natasa.stojovska@ugd.edu.mk

2. Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, trajko.miceski@ugd.edu.mk

3. University “Goce Delcev” – Stip, natasa.stojovska@ugd.edu.mk

4. University “Goce Delcev” – Stip, trajko.miceski@ugd.edu.mk



They all appear as a consequence of modern life expressed by the higher standard of living i.e improved general living conditions, wider and more accessible healthcare, women's higher level of education and participation in the labor market and many others.

In this paper, through tabular and graphic displays will be presented the movement of GDP per capita and live births in the last decade, while statistical calculation will show the dependence between these two variables.

Key words: *birth rate, live births, GDP per capita, dependency, factor of influence.*

Вовед

Постојат бројни фактори кои го детерминираат природното движење на населението. Со фактот дека репродукцијата на деца вклучува две личности (маж и жена), анализата на наталитетот не може да започне без сеопфатна анализа на меѓусебни односи на мажот и жената, како и бројните културни, економски, социјални, психолошки, политички и технолошки фактори кои влијаат на нив. Всушност, економскиот, социјалниот и културниот напредок на човекот водат кон зголемување на потребите за професионален развој, лично задоволство и уживање, од една страна, а намалување на желбата за деца и одложување на бракот, од друга страна.

Имајќи го предвид фактот дека раѓањето, одгледувањето и школувањето на дете значи трошење на финансиски средства, меѓу позначајните фактори кои влијаат на имањето деца се економските фактори.

Економски фактори на влијание на наталитетот

Од економски аспект, човекот е рационално суштество. Секоја негова одлука вклучува анализа на користите и трошоците на различни алтернативи, а изборот паѓа на онаа алтернатива која ја максимизира користа и ги минимизира трошоците. Освен на пазарот на добра и услуги, рационалноста постои и кај прашањето за дете. Овде постојат две главни алтернативи со кои се соочуваат брачните партнери – дали да се роди дете или да се обезбеди сопствен развој на личен и професионален план. Одлуката не е ни малку едноставна, иако од економска гледна точка значи да се избере онаа која носи поголеми придобивки од трошоци. Но, покрај економските, влијание имаат и бројни психолошки, социјални и технолошки фактори, така што одлучувањето за дете се претвора во еден комплексен процес.



Во групата на економски фактори спаѓаат животниот стандард (БДП по жител), приходот по основа на вработеност и материјалните можности⁵.

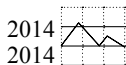
Главен економски фактор кој влијае на одлуката за дете е секако висината на приходот по основа на вработеност. Имено, соодветно ниво на материјални ресурси (пари, дом) е неопходно за животна егзистенција, а секој вишок го поттикнува интересот за деца. Овде се јавува проблем при утврдувањето на висината на приход кој е соодветен за животна егзистенција, што зависи и од животниот стил, верувањата, средината и други фактори. Од економски аспект, времето и трошоците за раѓање, грижа и израснување на дете се јавуваат како супститут на времето и трошоците поминати на работа со цел да се обезбедат приходи за деца. Супститутивниот ефект значи дека зголемувањето на приходите на брачните партнери води кон зголемување на веројатноста за раѓање дете. Но, со растот на приходите растат и трошоците за дете, така што одлуката за секое наредно дете уште повеќе се комплицира. Слично како кај првото дете, одлуката за второ, трето и наредно дете вклучува споредба на трошоците за наредно дете и трошоците на постоечкото дете, при раст или стабилно ниво на приходите. Овде трошоците за секое наредно дете има тенденција да ги намали вкупните трошоци за деца поради ефектот на економијата од обем. Овој ефект е особено изразен кога децата се на слична возраст, поради фактот што многу добра (облека, количка, играчки) може да ги користат повеќе деца, а не само едно.

Друг фактор кој го ограничува бројот на родени деца е тоа што децата сè помалку се сметаат за инвестиција која носи иден приход за родителите, а сè повеќе се сметаат за сегашно добро кое ја зголемува нивната потрошувачката⁶.

Лошите економски услови во нашата земја, изразени преку нискиот животен стандард, несигурноста на работното место и зголемените трошоци за живот, водат кон загрозување на животната егзистенција на брачните парови, а тоа влијае на ограничување на бројот на деца на едно или најмногу две, а во најлоши случаи ниту едно. Иако економските услови за живеење денес се подобри за разлика од минатото, сепак сè уште се на ниско ниво. Станбеното прашање, паричните примања и вработеноста се доста значаен предуслов во донесувањето на одлука за дете. Живеењето под кирија и немањето сопствен дом, егзистенцијата со минимални социјални примања или примања само од еден член се доста чести причини за одложување на бракот или немање дете, иако постои

5. Демершиев К. „Автогеноцид, печатница „Софија“ - Богданци, Скопје, 1998, стр.29

6. Јоусе Р.Јакобсен, The economics of gender, Превод од Владата, Академски печат, Скопје, 2010, УГД, Универзитетска библиотека



желба за тоа⁷.

Но, она што изненадува е фактот дека лицата и брачните парови кај кои економските услови се на задоволително, дури и високо ниво, имаат значително понамалена мотивација и желба за деца. Кај нив, економските можности служат како мотивација за постигнување уште повеќе на личен план (задоволство, богатство и кариера). Со други зборови, тие покажуваат поголема подготвеност за задоволување на индивидуалните потреби, наспроти подготвеност за делење на тие можности со уште едно лице т.е. дете⁸.

На овој начин доаѓаме до еден парадокс – наместо подобрите економски услови да придонесуваат кон зголемување на наталитетот, денес резултатот е намален наталитет. Имено, стапката на репродукција е поголема кај оние брачни парови со полоши економски услови, а пониска кај оние со подобри економски и животни услови. Потврда за ова се нашите предци кои и покрај далеку полошите услови за живеење, оскудни средства за егзистенција и повеќе физички вложен труд во работата, имале висока стапка на наталитет. Ова значи дека брзото темпо на живот кое го налага современото живеење води кон тоа луѓето повеќе да се насочуваат кон луксузот, модните трендови, патувањата т.е. неегзистенцијалните потреби, за сметка на репродукцијата која е неопходна и трајна животна вредност. Сето ова води кон заклучокот дека лошите економски услови не се оправдување за намалениот број раѓања.

Корелативна зависност меѓу бројот на живородени деца и БДП по жител во Македонија

Целта на нашето истражување беше да се утврди корелативната зависност помеѓу наталитетот и БДП по жител, поради што е извршена пресметка на коефициентот на корелација преку користењето на едноставна корелација:

$$Y_i = \hat{b}_0 + \hat{b}_1 X_i + e_i$$

каде што БДП по жител е земен како независно променлива големина (X), а бројот на живородени деца како зависно променлива големина (Y), односно се испитуваше дали стапката на вработеност на жената има и во кои размери влијание врз стапката на наталитет.

7. Peter Jensen, Nina Smith, Unemployment and marital dissolution, Journal of population economics 3, no.3, October 1990, pp.217-219

8. M.Daniele Paserman, Waiting for Mr.Right: Rising inequality and declining marriage rates, Journal of urban economics 53, no.2, march 2003, p.256



Табела 1. Пресметка на коефициентот на корелација меѓу БДП по жител и бројот на живородени деца во Р. Македонија во периодот 2000-2012 г.

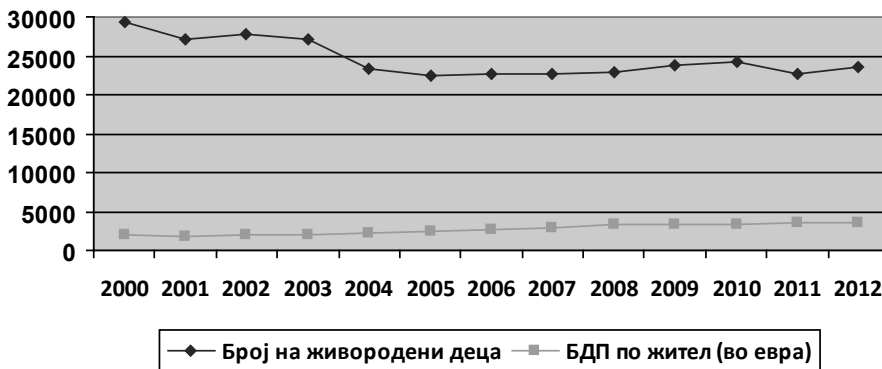
Година	БДП по жител (во евра, тековен курс)* X	Број на живородени деца* Y	Линија на регресија \hat{Y}_i	Резидуални вредности e_i^2
2000	1.921	29.308	26.350	8.749.069
2001	1.887	27.010	26.427	339.470
2002	1.981	27.761	26.214	2.393.801
2003	2.081	27.011	25.987	1.049.339
2004	2.185	23.361	25.750	5.709.036
2005	2.363	22.482	25.346	8.202.361
2006	2.564	22.585	24.889	5.309.992
2007	2.919	22.688	24.083	1.945.602
2008	3.283	22.945	23.256	96.664
2009	3.269	23.684	23.288	157.043
2010	3.434	24.296	22.913	1.913.062
2011	3.630	22.770	22.468	91.452
2012	3.616	23.568	22.498	1.143.866
Вкупно	35.133	319.469	319.469	37.100.757

*Извор: Државен завод за статистика на Р.Македонија

Согласно со пресметките претставени во табела 1, добиениот коефициент на корелација меѓу живородените деца и БДП по жител е многу слаб и изнесува 0,659, што значи дека може да се рече дека во анализираниот период постои значајна корелативна зависност. Со други зборови, коефициентот на детерминација во набљудуваниот временски период е умерен и изнесува 43,44%, што значи БДП по жител има умерено влијание (43,44%) врз наталитетот, додека останатите 56,56% се резултат на влијанието на други фактори.

Движењето на БДП по жител и бројот на живородени деца во Македонија е претставено на графикон 1.

Графикон 1. Корелативна зависност меѓу БДП по жител и бројот на живородени деца во Р. Македонија во периодот 2000-2012 г.



Во поглед на движењето на БДП по жител и живородените деца, Македонија го следи светскиот тренд. Така, во последната деценија се забележува постепен раст на БДП по жител наспроти постепено намалување на бројот на живородени деца, односно наталитетот.

Од табеларниот, а посебно од графичкиот приказ, се забележува корелација кај БДП по жител и живородените деца во Македонија. Ваквата поврзаност е логична, имајќи го предвид фактот дека БДП по жител се јавува како една од економските детерминанти на наталитетот. Меѓутоа, она што веднаш се забележува е дека неговото влијание варира по години т.е. во некои години е поголемо, а во други помало, од причини што врз наталитетот, покрај животниот стандард, влијаат бројни фактори од најразлична природа.

Од графичкиот приказ се забележува континуиран благ пораст на БДП по жител. Процентот на зголемување на оваа варијабла во анализираниот период изнесува 88,26%, што претставува значајно зголемување на животниот стандард на македонското население, ако го земеме БДП по жител како единица мерка. Наспроти ова, движењето на бројот на живородени деца покажува еден општ опаѓачки тренд и покрај цикличните движења во поединечни години. Процентот на намалување на наталитетот во анализираниот период изнесува 19,59% што укажува на намалување на бројот на живородени деца по жена како резултат на бројни економски, социјални, биолошки, технолошки и психолошки фактори, вклучувајќи го и зголемениот БДП по жител.



Заклучок

Податоците за движењето на БДП по жител и живородените деца покажуваат спротивни трендови. Имено, нерамномерниот пад на бројот на живородени деца е проследен со континуиран благ пораст на БДП по жител. Иако зголемувањето на животниот стандард изразено преку пораст на БДП по жител значи подобри услови и можности за раѓање и одгледување на дете, сепак практиката покажува дека ова не мора да биде така. Напротив, загрижувачките податоци за наталитетот укажуваат на потребата за преземање на итни мерки како на глобално, така и на национално ниво. Овие мерки би требало да вклучат поголема финансиска помош за идните родители, обезбедување работно место за секоја мајка и натамошно зголемување на животниот стандард. Сите мерки треба да бидат насочени кон подобрување на условите за раѓање и одгледување на едно дете, а со тоа да го решат најголемиот демографски проблем на денешницата.

Користена литература

- Joyce P. Jacobsen, *The economics of gender.*, Превод од Владата, Академски печат, Скопје, 2010, УГД, Универзитетска библиотека
- M. Daniele Paserman, *Waiting for Mr.Right: Rising inequality and declining marriage rates*, Journal of urban economics 53, no.2, march 2003
- Peter Jensen, Nina Smith, *Unemployment and marital dissolution*, Journal of population economics 3, no.3, October 1990
- Демерџиев К., *Автогеноцид*, печатница Софија- Богданци, Скопје, 1998
- Државен завод за статистика на Република Македонија, Статистика на население и Статистика за бруто домашен производ (13.9.2014 г.)



РЕЛЕВАНТНОСТА НА ФИСКАЛНИТЕ СТИМУЛАЦИИ THE RELEVANCE OF FISCAL STIMULATIONS

д-р Стеван Габер, м-р Василка Габер, д-р Илија Груевски

Краток извадок

Глобалната финансиска криза и должничката криза во ЕУ наметнаа некои подзаборавени гледишта за начините на кои земјите можат да се извлечат од таквите негативни движења во нивните економии. Најдоминантен пристап во сите беше поголемата инволвираност на фискалната политика во стимулирање на економијата, која се засноваше на координиран пристап на повеќе фискални авторитети за да биде посилен ефектот. Во контекст на таквите фискални аспирации на многу земји, во овој труд е направен анализа на фискалните стимулации и каналите преку кои се рефлектираат ефектите од промените во инструментите на фискалната политика, односно на јавните приходи и јавните расходи.

Клучни зборови: *фискални стимулации, даноци, јавна потрошувачка, трансферни расходи, јавни приходи.*

Abstract

The global financial crisis and the debt crisis in the EU imposed some forgotten aspects of the ways in which countries can draw out from such negative developments in their economies. The most recommendable approach from all was the increased involvement of fiscal policy in stimulating the economy, which was based on coordinated approach of more fiscal authorities in order to achieve a stronger effect. In light of such fiscal aspirations of many countries, this paper assesses the fiscal stimulus and the channels through which the effects of changes in fiscal policy instruments are reflected, i.e. the public revenue and public expenditure.

Key words: *fiscal stimulations, taxes, public expenditure, transfer costs, public revenues.*



Вовед

Две карактеристики на кризата се особено важни во дефинирањето на соодветниот состав на фискалните стимулации. *Прво*, како што се предвидува дека сегашната криза ќе трае уште неколку квартали, фискалните стимулации може да се потпрат, повеќе од вообичаено, на мерките на страната на потрошувачката: честиот аргумент дека спроведувањето на фискалните мерки се одликува со временско заостанување (“implementation lags”) е помалку релевантен кога економијата се соочува со ризик на уште поголем пад на економската активност. Овие мерки насочени кон зголемување на потрошувачката може да имаат одредени предности, главно преку *намалување на даноците и зголемување на трансферните плаќања*, со кои се влијае врз зголемување на куповната моќ на фирмите и домаќинствата и зголемување на агрегатната побарувачка, со оглед на крајно неизвесниот одговор во поглед на сегашните мерки за пораст на приходите. *Второ*, во сегашниот контекст, кој се карактеризира со голем број настани и макроекономски услови кои не се искусени во последниве децении, постојните проценки на фискалните мултипликатори се помалку релевантни во информирањето на политичарите за тоа кои мерки ќе бидат релативно ефикасни во поддржувањето на побарувачката.

Ова дава силен аргумент за диверзификација на фискалната политика, односно потребата да не се потпира на еден инструмент за поддршка на побарувачката, туку да користи повеќе инструменти на фискалната политика.

Јавната потрошувачка на добра и услуги

Во теоријата, јавните расходи на добра и услуги имаат поголеми мултипликативни ефекти и најважни во сегашни услови, бидејќи првиот круг на ефекти од јавните расходи е многу посигурен и поконкретен од ефектите поврзани со трансферните плаќања и намалувањето на даноците. Во практика, соодветниот пораст во јавните расходи е ограничен од потребата да се избегнува преголемо трошење без корисни ефекти за економијата и појава на загуба. Тука се поставува прашањето кои се клучните стратешки препораки?

Прво, властите не треба да ги укинат програмите што постојат поради недостиг на ресурси. Конкретно, централните или субнационални власти, кои се соочуваат со правила на балансиран буџет, може да бидат принудени да суспендираат различни програми за трошење или да го зголемат приходот. Треба да се преземат мерки за да се намали процикличноста во овие правила. За субцентралните власти ова може да биде *ублажено преку трансферни плаќања* од страна на централната



власт (суспендирањето на правилата на децентрализирано ниво не е соодветно, бидејќи ќе биде потешко да се обноват тие правила подоцна). Во САД, на пример, се очекува зачестените трансферни плаќања од федералната власт да им помогнат на државите да не ги укинат различните потрошувачки програми.

Второ, расходните програми, од поправки и одржување до инвестициони проекти, кои се одложени, прекинати или одбиени поради недостаток на средства или макроекономски услови, може брзо да се рестартираат. **Неколку високостандардни програми** со добар рејтинг, економски оправдувања и силни екстерналии (на пример, за целите на животната средина) можат, исто така, да помогнат директно и преку очекувањата. Со оглед на повисокиот степен на ризик со кои се соочуваат фирмите во моментот, државата може да земе поголемо учество во **приватно-јавни партнерства за вредни проекти**, кои во спротивен случај би биле прекинати поради недостиг на приватен капитал.

Во услови на криза, иако треба да се избегнува зголемување на платите во јавниот сектор, дури и да се тежнее кон нивно намалување, сепак **привремен пораст во вработеноста** во јавниот сектор поврзан со некои нови програми и политики може да биде потребен со цел да се зголеми побарувачката.

Фискални стимулации насочени кон потрошувачите

Поддршката на личната потрошувачка, исто така, треба да ги земе предвид сегашните исклучителни услови. **Три специфични фактори имаат влијание врз потрошувачката и тоа:**

- **намалување на богатството**, станбеното, финансиското или индивидуалното (односно намалување на тековниот и очекуван расположлив приход), кое има за последица намалување на потрошувачката;
- **строгите кредитни ограничувања**, како што некои потрошувачи имаат елиминирање на нивните кредитни линии или се соочуваат со повисоки каматни стапки, принудувајќи ги корисниците на овие кредитни линии да ја намалат потрошувачката;
- **високата неизвесност**, што придонесе за зголемување на штедењето на потрошувачите заради претпазливост, како и одложување на личната потрошувачката сè додека не се намали несигурноста.

Секој од овие три фактори има различни импликации врз маргиналната склоност кон потрошувачка анализирана по транзиторните даночни намалувања и трансфер. Првиот и третиот фактор сугерираат



ниска стапка на маргинална склоност кон потрошувачка¹, додека вториот фактор повисока маргинална склоност кон потрошувачка. Оценката на релативната важност на трите фактори е тешко проценлива, меѓутоа постојат две опширни препораки.

Првата препорака е да се има за цел намалување на даноците или зголемување на трансферните плаќања кон оние потрошувачи кои ќе бидат најмногу погодени од кредитните ограничувања. Овие значајни мерки опфаќаат поголемо обезбедување на бенефиции за невработените, зголемување на даночниот кредит кон даночните обврзници на персонален данок на доход, како и проширување на безбедносните мрежи во земјите каде што овие мрежи се лимитирани. Релевантната поддршка на сопствениците на недвижности кои се соочуваат со продажба (foreclosure), вклучувајќи и намалување на вредноста на хипотеките, примената на јавни ресурси е особено привлечно од макроекономска гледна точка, бидејќи помага не само за поддршка на агрегатната побарувачка, туку и ги подобрува и условите на финансискиот сектор, кои се доста значајни за ублажување на финансиската криза.

Втората препорака е дека јасноста и разбирливоста на политиката, заедно со силната заложба од страна на креаторите на политиката да ја преземат која било акција што е потребна за да се избегне ризикот од запаѓање во депресија, ја зголемуваат веројатноста за намалување на несигурноста, поттикнување на потрошувачите да го редуцираат штедењето заради претпазливост, како и стопирање на чекањето и започнување со трошење повторно. Меѓутоа, покрај овие мерки, некои земји ги земаат предвид широко распространетите намалувања на даноците.

Поради причините објаснети претходно, маргиналната склоност за потрошувачка од таквите даночни намалувања може да биде доста ниска, што се должи на одлуката на потрошувачите да го зголемат штедењето или да го намалат својот долг, наместо да ја зголемат потрошувачката. Некои земји имаат веќе воведено или размислуваат привремено да го намалат ДДВ. Промените во даноците на потрошувачка (ДДВ или акцизите) влијаат врз пазарните цени на добрата и услугите, со што или ја охрабруваат или ја обесхрабруваат потрошувачката. Ако побарувачката е нееластична, а реалната потрошувачка на оданочените добра не се менува, тогаш расположливиот доход на домаќинствата значително ќе се промени. Намалувањето на овие даноци влијае врз намалување на стапката на инфлација, намалување на стапката на промена на платите

1. Микро и макро доказите за ефектот на неодамнешниот американски даночен попуст даваат спротивни одговори. Макро доказите покажуваат дека поголем дел од даночните попусти се заштедени, додека микро доказите покажуваат извесно зголемување во потрошувачката.



и може да доведе до пораст на агрегатната побарувачка. Меѓутоа, покрај атрактивноста на овие мерки, сепак постои несигурност во поглед на степенот со кој овие мерки ќе успеат да се пренесат до потрошувачите и можноста намалувањето на овие даноци да придонесе до уште поголемо влошување на економијата. Имено, дискутабилно е дали намалувањето на ДДВ од само неколку проценти ќе има доволен капацитет да ги поттикне потрошувачите да го поместат времето на нивната потрошувачка, односно да го намалат штедењето. Согласно на ова, поголеми и понасочени стимуланси, како готовинските трансфери за купување на нови и поефикасни коли (мерка воведена во Франција) може да привлече поголемо внимание на потрошувачите и да има поголем ефект врз побарувачката.

Фискални стимулации насочени кон фирмите

Во сегашни услови фирмите се соочуваат не само со драстичен пад на побарувачката, туку и со зголемена несигурност за тоа колку може да се влошат работите поради нарушените економски услови. Во услови на криза и зголемена несигурност, исто како потрошувачите, фирмите ја применуваат стратегијата “*wait-and-see*” во поглед на нивните инвестициски одлуки и проекти. Субвенциите или мерките за намалување на даноците и трошоците на капитал (како намалување на данокот на капитални добивки и данокот на добивка) е многу веројатно дека нема да имаат голем ефект врз инвестициските одлуки на фирмите. Напротив, клучниот предизвик за властите е да се избегне намалување на тековните операции на фирмите, заради недостиг на финансиски средства, вклучувајќи ги и кредитите со разумни каматни стапки. Ова, се разбира, примарно е улога на монетарната, а не на фискалната политика. Сепак, постои одреден простор за интервенција на владите во поддршка на фирмите кои се соочуваат со тешки проблеми, кои можат да опстанат преку реструктурирање, но е тешко или невозможно да се дојде до посакуваните финансиски средства преку кредитни пазари кои се дисфункционални.

Меѓутоа, постои аргумент кој допушта реструктурирање на фирмите кои се соочуваат со економска тешкотија, со помош на **владина гаранција за нов кредит** (со оглед на неможноста на тие фирми да добијат приватен капитал во нивните земји). Ова може да го олесни развојот на прифатливиот план за реконструкција, кој е доста сличен со пристапот кој лежи во основата на *ММФ – програмите за поддршка во насока на кредитирање на земјите*: кредитирање плус приспособување на политиката (промени во економската политика). Се тврди дека владите треба да обезбедат помош на сите ранливи сектори во економијата (“high-



visibility sectors”) поради потенцијалните ефекти што банкротствата може да ги имаат врз очекувањата, а оттука и врз агрегатната побарувачка. Покрај валидноста на овој аргумент, неговата својствена арбитрарност, ризикот од политичко влијание, ќе ја направи имплементацијата премногу тешка. На крајот, ова може да резултира со уште поголема несигурност и да ја стимулира потребата за домашна заштита.

Навистина, директните субвенции за домашните сектори доведуваат до нееднаквост во поглед на странските корпорации, што пак на крај може да води до одмазда и евентуални трговски војни. Во овој контекст, важен принцип на поддршка треба да биде минимизирање на инхеренцијата (мешањето) во оперативните одлуки. На пример, следејќи го претходниот аргумент дека државата треба да обезбедува кредитни гаранции на фирмите сè додека пазарот е дисфункционален, јасно е дека таквите гаранции и фискални стимулации не треба да бидат насочени само кон специфични сектори.

Имено, согласно со горенапоменатите фискални стимуланси, од суштинско значење за владите е да укажат од почеток дека степенот на фискалната експанзија ќе биде услов за состојбата во економијата. Покрај големата почетна фискална стимулација на државите, сепак тие треба да се обврзуваат да прават уште повеќе, односно да интервенираат повторно ако има потреба и ако условите ги дозволуваат дополнителните фискални стимуланси. Многу е важно ова да се соопшти на почетокот, со цел подоцнежните фискални мерки да не се толкуваат како ублажување на очајот предизвикан од тешките економски услови. Ова, впрочем, се однесува на очекувањата на пошироката економските јавност и потрошувачите. Имено, доколку се очекуваат повеќекратни државни мерки, толку поблаги ќе бидат реакциите на економските агенти за тековните промени во економијата (слично како со намалувањето на инфлаторните очекувања).

Есенцијално е пазарите да не ги перципираат фискалните мерки како нешто што ќе ја доведе во сериозно прашање среднорочната фискална одржливост. Ова е решение не само на среден рок, туку и на краток рок, бидејќи прашањето за одржливоста на долгот може да ја намали ефикасноста на политиката преку негативни ефекти врз финансиските пазари, каматните стапки и личната потрошувачка. Финансиските пазари, се чини, во моментот не се многу загрижени за среднорочната фискална одржливост во најразвиените земји, а исто така има и зголемување на трошоците за зајмување во рамките на еврозоната, кои најверојатно ги одразуваат погледите за одржливоста.² Значи, фискалната неодржлива

2. Економетриските проценки на САД покажуваат дека зголемувањето од 1% на очекуваниот или



политика може евентуално да доведе до големо приспособување во реалните каматни стапки, што пак за возврат може да ги дестабилизира финансиските пазари и да ги намали изгледите за реконструкција.

Што може да се направи за да се избегне оваа опасност?

Следниве **карактеристики** може да бидат од помош:

- Имплементирање на мерки кои се најнефективни или кои имаат јасни завршни клаузули условени од економската ситуација;
- Имплементирање на политики кои ги елиминираат нарушувањата во економијата (на пример, даноци на финансиските трансакции);
- Зголемување на обемот на автоматски стабилизатори, кои според својата природа делуваат контрациклично;³
- Антиципативно посветување на предвидените идни корективни мерки, на пример, дозволување на истекување на намалувањата на данокот на доход во повисоките бранши на доход (САД), како и идното зголемување на даночните стапки на повисоките доходи (објавено како дел од пакетот на мерки на Англија);
- Посветување на ограничувачки фискални стимуланти со однапред специфициран датум на завршок (како намалување на ДДВ во рок од две години, како што во скоро време направи Англија) или на условна основа (намалување на ДДВ кога растот на БДП ќе порасне над определено ниво);
- Обезбедување на поцврста среднорочна фискална рамка. Ова треба да опфаќа период од 4-5 години и да вклучува: точно и навремено проектирање на државните приходи и расходи; државен биланс на состојба кој ќе обезбедува податоци за државните средства и обврски; извештај за условните обврски и други фискални ризици; како и транспарентни аранжмани за мониторинг и пренесување на фискални информации за централните и субцентралните власти, други јавни деловни единици и централната банка на регуларна и навремена основа. Оваа рамка треба да биде дизајнирана со цел да ја зголеми

тековен федерален показател за долг/БДП ги зголемува долгорочните реални каматни стапки од 2-4 базични поени (Laubach, Thomas), "New evidence on the Interest Rate Effects of Budget Deficit and Debt," Board of Governors of the Federal Reserve Finance and Economics Discussion Series, No.2003-12 (Revised in 2007). Постојат добри причини да се верува, иако не постојат силни емпириски докази да ја поддржат забелешката дека ефектите се нелинеарни во нивото на долгот. Во раниот декември, владите на Италија и Грција се соочија со 150 базични поени поголеми каматни стапки од оние во Германија.

3. Постои евиденција за намалување на улогата на автоматските стабилизатори во САД низ времето, започнувајќи од нивниот историски врв во 1970 год (види Auerbac, 2008, "How much we should rely on fiscal stimulus?" Презентација од ФЕД на симпозиумот одржан во Сан Франциско).



довербата, односно дека порастот на јавниот долг како последица на фискалните стимуланти е со цел да се оствари потенцијален успех (offset);

- Зајакнување на управувањето со фискалната политика. На пример, независниот фискален совет може да помогне во мониторингот на развојот на фискалните настани, зголемувањето на фискалната транспарентност и може да дава совети за водење на специфичните краткорочни политики или среднорочната буџетска рамка, со цел да се намали јавната перцепција за можни политички грешки;
- Подобрување на програмите за трошење, кои имаат за цел да се осигури јавноста дека зголемените јавни работи се добро насочени за остварување на поголем даночен и развоен потенцијал на долг рок.

Резиме

Експанзивната фискална политика е круцијален потег на секоја земја која има за цел поттикнување на економскиот раст и побрзо надминување на одредена економска криза. Делувањето на фискалната политика треба да биде разновидно, односно цел треба да бидат не само потрошувачите, туку и фирмите кои преку транспарентната фискална политика може поегзактно да ги детерминираат и менаџираат нивните очекувања. При примената на таква политика на должничко финансирање особено е значајно да се води грижа за ефикасно управување со јавниот долг од што посебна корист имаат компаниите во поглед на изворите на нивно финансирање. Затоа тенденција е секоја земја да се води од начелото на прудентна фискална политика и да изготви среднорочна фискална рамка во која ќе може правилно да се планираат финансиските текови на државата и нивните потенцијални ефекти врз економијата. Од овој труд можеме да заклучиме дека релевантноста на државата во кризни времиња е особено нагласена и примената на експанзивна фискална политика се покажа како правилен потег за надминување на кризата, но не и кај оние земји кои претходно навлегле во сериозни должнички проблеми (поради неследење на фискалните рамки) каде што спротивно на фискалните законитости се преминало кон примена на рестриктивна фискална политика. Таквиот потег насочен кон раздолжување, односно штедење дополнително ја продлабочува кризата и нејзиното времетраење.



Користена литература

- Antonio Spilbergo, Steve Symansky, Olivies Blanchard and Carlo Cottarelli (2009). “Fiscal policy for the crisis”, *IMF 2009*;
- Auerbac, 2008, “How much we should rely on fiscal stimulus?” Презентација од ФЕД на симпозиумот одржан во Сан Франциско;
- Bernanke Ben S., “Achieving fiscal sustainability”, *BIS Review 57/2010*;
- IMF, “World economic outlook”, april 2010;
- Jürgen Stark, “The economic crisis and the response of fiscal and monetary policy”, *BIS Review 72/2009*;
- Laubach, Thomas, “New evidence on the Interest Rate Effects of Budget Deficit and Debt,” Board of Governors of the Federal Reserve Finance and Economics Discussion Series, No.2003-12 (Revised in 2007);