

УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ” – ШТИП
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ



ГОДИШЕН ЗБОРНИК
2009
YEARBOOK

ГОДИНА 1

VOLUME I

UNIVERSITY "GOCE DELCEV" – STIP
FACULTY OF ECONOMICS



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

За издавачот:
Проф д-р Ристо Фотов

Издавачки совет

Проф. д-р Саша Митрев
Проф. д-р Ристо Фотов
Доц. д-р Круме Николовски
Проф. д-р Трајче Мицески
Проф. д-р Милан Илиески
Асист. м-р Борјан Ѓоргиев
Асист. м-р Стеван Габер

Editorial board

Prof. Saša Mitrev, Ph.D
Prof. Risto Fotov, Ph.D
Ass. Prof. Krume Nikolovski Ph.D
Prof. Trajce Miceski Ph.D
Prof. Milan Ilieski, Ph.D
Assist. Borjan Gorgiev, MSc
Assist. Stevan Gaber, MSc

Редакциски одбор

Проф. д-р Ристо Фотов
Доц. д-р Круме Николовски
Проф. д-р Трајче Мицески
Проф. д-р Милан Илиески

Editorial staff

Prof. Risto Fotov, Ph.D
Ass. Prof. Krume Nikolovski Ph.D
Prof. Trajce Miceski Ph.D
Prof. Milan Ilieski, Ph.D

Главен и одговорен уредник

Проф. д-р Трајче Мицески

Managing & Editor in chief

Prof. Trajce Miceski Ph.D

Јазично уредување

Даница Гаврилоска-Атанасовска
(македонски јазик)

Language editor

Danica Gavrilovska-Atanasovska
(Macedonian)

Техничко уредување

Славе Димитров

Technical editor

Slave Dimitrov

Печати

Печатница „2-ри Август“ - Штип
Тираж - 300 примероци

Printing

„Vtori Avgust“ - Stip
Printing No 300

Редакција и администрација

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип
Економски факултет
ул. „Крсте Мисирков“ бб
п. фах 201, 2000 Штип
Р. Македонија

Address of the editorial office

Goce Delceva University – Stip
Faculty of Economics
Krste Misirkov b.b.,
PO box 201, 2000 Stip,
R. of Macedonia



СОДРЖИНА
CONTENT

Д-р Ристо Фотов	
Одржлив развој - императив на современиот свет	7
Д-р Ристо Фотов	
Анатомија на финансиската и економската криза во светот	18
Проф. д-р Трајче Мицески	
Очекуваното траење на животот во европските земји и нивната корелативна зависност со бруто-домашниот производ по жител	25
Проф. д-р Трајче Мицески	
Менаџмент филозофија на совршенство - лидерство со љубов	34
Проф. д-р Димитар Ефтимоски	
Видови претприемништво	44
Доц. д-р Круме Николоски	
Менаџмент на здравствено-информациски системи - од податоци, преку информации до знаење	52
Доц. д-р Круме Николоски	
Човечки ресурси во јавно-здравствениот систем - од адекватна работна сила до квалитетна здравствена заштита.....	68
Jollanda MEMAJ Assoc. Prof. Dr. Raimonda DUKA	
MPA Analysis of public expenditure on education in Albania	80
Evis Kushi, PhD 88	
Measuring asymmetric information in Albanian tourism	90
Трајко Мицески*, Петар Клетникоски**	
Заедничка аграрна политика на ЕУ	101
М-р Борјан Ѓоргиев	
Образованието и менаџментот на знаење - фактори за развој на човечките ресурси во економија базирана на знаење	109
М-р Златко Бежовски	
Матрица за е-бизнис настап на македонските компании и претприемачи	119



М-р Стеван Лазар Габер

Улогата на пактот за стабилност и раст во креирањето
на фискалната политика во Европската унија 132

Помлад асистент Марија Димитрије Гогова

Евидентни недостатоци во регулирањето на финансискиот сектор 143

К. Чабулева, Т. Мицески, Т. Јованов

Корелациона зависност меѓу живородени деца и склучени
бракови и живородени деца и разведени бракови во Р. Македонија 150

М-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска

Електронското банкарство - поим и ризици 162

М-р Дејан Методијески

На „Долгата опашка“ во функција на туризмот 172

М-р Илија Груевски

Политиката на девизниот курс во услови на фиксен режим
при неговото формирање 179

Помлад асистент Марија Димитрије Гогова

Општите психолошки фактори на однесување на потрошувачите 195

Асистент м-р Елизабета Митрева, Љубица Стефановска, дипл.маш.инж.

Примена на методите и техниките за бездефектно
производство во проектирањето на систем на квалитет и
оптимизација на деловните процеси 202

М-р Стеван Лазар Габер

Значајноста на фискалните правила за имплементација
на стабилна фискална политика 213

М-р Љупчо Давчев

Проценка и менаџирање на државен ризик 220

Т. Јованов¹, Т. Мицески², К. Чабулева³

Корелациона зависност меѓу природниот прираст на
населението и живородени деца и починати лица во Р. Македонија 230

М-р Илија Груевски

Начини на одбрана од каматното влијание кај банките и другите
финансиски институции 241



Stojan Kocев MSc	
SIX SIGMA and CMMI APPLICATIONS and SYNERGY	253
Душан Миланов - Центар за кариера и развој, м-р Борјан Ѓорѓиев	
Стилот на донесување на одлуки како карактеристика на личноста која дава понатамошни насоки за развој на човечките ресурси	267
Љубица Стефановска, м-р Елизабета Митрева	
Проектирање на систем на мотивација - нужност во остварување на стратегијата и целите на компаниите	279
Помлад асистент Емилија Митева	
Технолошки развој на малите и средните претпријатија во PM преку програми за соработка со странски партнери	288
Помлад асистент Дарко Лазаров	
Странски директни инвестиции во Централна и Источна Европа	298
Помлад асистент Емилија Митева	
Улогата на Светска банка во светската економија	309
Марија Манева, Центар за односи со јавноста при УГД	
Маркетинг менаџмент во високообразовните институции	321
Дипл. психолог Билјана Герасимова	
Влијанието на степенот на образование, висината на личниот доход и областа на работа врз начинот на однесување при купување ...	329

Годишен зборник 2009
Yearbook 2009



Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип
Faculty of Economics, Goce Delcev University – Stip



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Д-р Ристо Фотов

ОДРЖЛИВ РАЗВОЈ - ИМПЕРАТИВ НА СОВРЕМЕНИОТ СВЕТ

Abstract

The history of the economic growing confirms that it was based on consuming oriented concept, that, leads to the better quality of people's lives measured through the offer of a numbering quality industrial and alimentary products, significant improvement of life's standard, significant productivity, continuing of the average people life's length. But, contrary to this, this concept of economic growing at the same time is responsible for intensive degradation of life's environment, air pollution, water and land, as a result of widespread use D.D.T., radioactive waste plastic materials, waste mineral oils etc. and generates problems that go over local and regional borders. These problems that are product of the concept of economic development that is based on consuming oriented economy can be overcome only with making of permanent development that respects the three dimensions: economy, social and ecology.

Вовед

Поимот одржлив развој првобитно се споменувал на подрачјето на шумарството. Тоа претставува меѓуоднос помеѓу сечењето шуми и пошумување со садење на нови садници. Меѓуодносот е во директна зависност и овозможува постојан прираст на шумите (сее да се сече само онолку стебла колку нови садници истовремено се засадуваат).

Ако се разгледува на шумата како единствен екосистем, тогаш сличен меѓуоднос може да се примени и пошироко, на други (природни) екосистеми, што значи дека и на биосферата како екосистем во кој се одвива живот на Земјата.

На глобално светско стопанско ниво концептот на одржлив развој постепено се јавува во 70-тите години од минатиот век, како одговор на предизвиците на интензивниот технолошки и стопански развој, не водејќи притоа сметка за грижата за заштита на околината и заштита на природните ресурси.

Одржлив развој претставува развој кој ги задоволува потребите на сегашните генерации, а истовремено да не ги загрозува можностите на идните генерации да ги задоволуваат своите потреби.

Наведената дефиниција и денес служи како темел во настојувањата на меѓународната заедница во заштита и зачувување на околината.



Еден од основните концепти на економиката на природните ресурси и животната средина претставува концептот на одржливост или одржлив развој. Денес на овој концепт му припаѓа централно место во разгледувањето на долгорочните перспективи на опстанок и напредок на човештвото.

Но, да видиме од кога датира третирањето на овој концепт. Треба да се нагласи дека овој поим на одржливост не е нов, туку тој може да се сретне уште во дела на класичната економска наука. Во таа смисла Адам Смит, Давид Рикардо, а особено Малтус се обидуваат да најдат одговор на прашањата врзани за ограниченоста на природните ресурси, пред сè, на земјата, потоа за демографскиот раст, потоа за опаѓачките приноси во производството. Размислувањата на класиците се сведуваат на тоа дека периодите на демографскиот раст и напредокот на животниот стандард што сето тоа како последица на делувањето на законот на опаѓачките приноси во производството, би довело до претворање на тие периоди во стагнација и осиромашување, поради што, според нив, на долг рок единствено нултиот раст на стопанството и општеството евозможен и стабилен. Научните и географските откритија што се случуваат кон крајот од 19 век, наспроти песимизмот содржан во класичната мисла, влијае на внесување на оптимистичка визија за иднината на човештвото.

Со појавата на неокласичната теорија на растот, развиена во 20 век, прашањето на исцрпувањето на природните ресурси потполно го губи своето значење. Централно место во теоријата на економскиот раст му припаѓа на научно-техничкиот напредок, а со тоа и основен фактор на стопанскиот и општествениот развој. Со тоа се веруваше дека, особено поради впечатокот од повеќедеценискиот стабилен економски раст на светското стопанство, научно-техничкиот напредок има неограничени можности. Ваквото оптимистичко верување произлегуваше од фактот дека во рамките на кејнзијанската економска теорија и политика е даден одговор на сите предизвици на економска нестабилност. Тоа беше чувството на капиталистичкиот свет. Од друга страна, во истото тоа време, пак, социјалистичкиот блок веруваше или беше обземен со непоколебливото верување во исправноста на темелните поставки на т.н. научен социјализам, со што се веруваше дека со нивно спроведување, иднината на човештвото е осигурена.

Но, ваквите заблуди траеја до почетокот на 70-тите години од 20 век, кога светот се соочува со стагфлација, едновремено невработеност и инфлација, што го разниша верувањето во исправноста на кејнзијанската теорија и делотворноста на економската политика што е базирана на неа. И во социјалистичкиот свет станаа видливи длабоките пукантини



во стопанствата и општествата, пукнатини поради кои подоцна по две децении овој систем потополно ќе се сруши.

Несомнено е дека периодот на 70-тите години од минатиот век стана по многу нешта впечатлив. На сцена се појавуваат знаците на крајот на ерата на т.н. пантехнолошки оптимизам. Имено, првин се јавува во вид на т.н. нафтени шокови, проследени со пораст на светските цени на низа суровини и енергетски инпути. Тоа практично значи крај на еден период од развојот на економската мисла и создавање простор за развој на нов кој ќе се потпира на развојот и достигнувањата на природните науки, особено на физиката, т.е. термодинамиката, како и достигнувањата на биологијата и, се разбира, на прво место екологијата.

Значаен печат, би рекле, најзначаен чекор во развојот на економската теорија претставува појавата на низа дела од бројни автори во овој период. Особено влијание оствари појавата на книгата со наслов „**Законот на ентропија и економскиот процес**“ (1971) од Nicholas Georgescu-Roegena. Понатаму појавата на книгата со наслов „**Граница на растот**“ (1972) од Dennis Meadows и соработниците (нарачана од страна на Римскиот клуб - непрофитна невладина организација) во која се потенцира ограниченоста на суровинските и енергетските ресурси. Во оваа книга можеби претерано песимистички се предупредува на пропаста на човештвото, ако и понатаму се продолжува со дотогашните склоности кон раст. Се укажа дека растот на човештвото во минатите стотина години имаше особини на брз, квантитативен раст кои се заканува со нарушување на природната рамнотежа и достигнување на границата на раст. Една од последиците на брзиот пораст на бројот на населението на Земјата на забрзаната индустријализација и урбанизација е загадувањето на околината, пред сè, на природата која попримила алармантни размери. Светот се соочи со опасноста на изумирање на бројни растителни и животински видови со нагласена закана по здравјето на човекот. Последица на забрзаното трошење на залихите на необновливите суровини (нафта, руди на метали и др.) претставува експоненцијален пораст на потрошувачката на материјалните добра. Со оваа книга се алармира светската јавност за исцрпливоста на ресурсите и границите на растот, со што успева да го сврти вниманието на далеку поширок круг на светската научна и политичка јавност. На тој начин концептот на одржлив развој се најде во врвот на приоритетите на меѓународната политичка акција.

Со тоа на глобално светско стопанско ниво концептот на одржлив развој постапно станува концепт на економски развој, како одговор на предизвиците на интензивниот технолошки и стопански развој, кој не водел сметка за грижата за заштита на околината и заштита на природните ресурси.



Концептот на економски раст кој претпочитал потрошувачки ориентирана економија, неоспорно, придонесе до подобрување на квалитетот на живот на населението, во смисла појава на бројни квалитетни индустриски и прехранбени производи, значајно подобрување на животниот стандард (висока стапка на раст на националниот доход), висока продуктивност, зголемување на просечниот век на живот на населението (хигиена, медицина итн.), намалување на стапката на раст на бројот на населението (контрола на раѓањата, образование итн.). Но, наспроти тоа, потрошувачки ориентираната економија е одговорна и за поинтензивна деградација на животната средина, загадување на воздухот, водата и земјиштето, заради мошне распространетата употреба на DDT, радиоактивен отпад, отпадни пластични маси, отпадни минерални масла итн. и создаде проблеми кои ги надминуваат локалните и регионални граници: киселите дождови и глобалното загревање (затопување).

Доколку се продолжи со потрошувачки ориентираната економија и емитирање на ваков развој од страна на новите растечки економии, тогаш што би можело да се очекува?

Во таа насока користиме можност да цитираме неколку податоци од Lester Voan, 2001, Есо-Еconomy, кој го поставува прашањето: што би се случило ако една од новите растечки економии во светот (Кина) почне да го емитира во својот раст САД? Во тој случај би исчезнале ливадите и сточната храна и би биле потребни некои 343 милиони тони пченка, што е еднакво на целокупното американско производство на житарки, понатаму за патишта и улици би било потребно половина од земјиштето кое се користи за производство на ориз, бензин за автомобилите би требало повеќе од тоа што светското производство на нафта може да го обезбеди, ако би се ориентирале да се хранат со морски плодови како што тоа го прави Јапонија, би им требале 100 милиони тони морска храна што е еднакво на светскиот лов на риби итн.

Оттука, сосема е јасна потребата од одржлив развој. Несомнено е дека напредокот на теоријата на развојната економија придонесе за економски растеж на голем број земји. Но не треба да се запостави фактот дека избраните развојни модели многу често беа причина за нарушување на природната средина. Како резултат на избраните производствени процеси и модели на потрошувачка (кои се виновници за пораст на општествените трошоци - кои беа резултат од нарушувањата на природната средина) се наметна потребата од изнаоѓање на можности за т.н. **одржлив развој**.

Светот својата политичка акција ја насочува кон заеднички пристап во изнаоѓање на решенија.



Историските настаните, регистрирани, во однос на потребата за одржлив развој?

Во 1972 година во Стокхолм е одржана Првата светска конференција за околината (ЕСО I) под покровителство на ОН. На конференцијата се укажува на опасноста за околината, која настанува како резултат на технолошкиот развој, па следува во 1973 година - првата нафтена криза во светот, со која сосема јасно се укажа дека дојде крајот на ерата на евтина и масовна потрошувачка на материјалните добра, а потоа во 1979 година - Првата светска конференција за климата во Женева, а во 1985 година е откриена озонската дупка над Антарктикот и во 1986 година - нуклеарната катастрофа во Чернобил.

Неодминливо е прашањето зошто одржлив развој?

Од причини што земјата ја имаме наследено од предците, а позајмено од потомците, и од тие причини на потомците треба околината да им се остави во подобра состојба од што е наследена од предците! Но, што треба да се коригира во концептот на економскиот развој?

Досегашниот развој (или оксиморон т.е. економска политика базирана на погрешен концепт на раст продолжува да троши ресурси): доведува до зголемување на разликите меѓу земјите, раст на сиромаштија, глад, болести и загрозување на екосистемот.

Новата развојна политика треба да обезбеди подобар стандард за сите, и да овозможи побезбедна и подобра иднина на новите генерации. Пунктовите на новата развојна политика треба да бидат: социјални и економски прашања; заштита и управување со ресурсите за развој; јакнење на улогата на значајните општествени групи и средства за остварување на Агенда 21 од Рио де Жанеиро во 1992 година.

Кој е економскиот услов за одржлив развој?

Неопаѓачката (константната) потрошувачка и корисност во времето е економски услов за одржлив развој. Robert Solow (1974) е првиот претставник кој го поставил барањето за меѓугенерациска рамноправност во уживањето на природните добра, во согласност со теоријата на моралната правда на Rawlsov. Robert Solow во познатото дело од 1974 година го поставува барањето дека секоја генерација мора да има подеднакво право на уживање на благодетите од природата, т.е. животната средина, притоа смета дека само образецот на стопанскиот развој кој тоа го овозможува неограничено во текот на времето се смета



за одржлив. Но, мерењето на агрегатното ниво на благодети носи со себе низа методолошки проблеми, поради што донекаде како погодна за анализа се јавува нивото на потрошувачката. Така на пример, John Hartwick (1977,1978) одржливоста ја дефинира во смисла на неопаѓачка потрошувачка на човештвото во текот на времето и се обидува да ги утврди условите кои тоа го овозможуваат.

Теоретската основа на овој концепт за прв пат се среќава кај J.M.Hartwick (1977) во неговиот труд *“Intergenerational Equity and the Investing Rents from Exhaustible Resources”*, каде главниот акцент е ставен на можностите за супституција на производствените фактори.

Покрај супституцијата на производствените фактори свој прилог во остварување на одржлив развој може да даде и процесот на дематеријализација и рециклирањето.

Настојувањата да се троши што помалку материјали во задоволување на човековите потреби се нарекува **концепт на дематеријализација**. Овој концепт и процес е од долгорочен карактер и истиот се базира на поставките на одржлив развој, и се огледа во намалена употреба на материјали, пакување, продолжена употреба на материјалите, намалено трошење. Во таа насока впечатлив пример е развојот на мобилната телефонија која не троши телекомуникациски водови и кабли, што е од особена важност поради тоа што се заштедува бакар.

Дефиниција за одржлив развој

На Меѓународната конференција за околината (Рио де Жанеиро, 1992 година), во рамките на документот АГЕНДА 21, Програма за 21-то столетие, е прифатена стратегија на долгорочен развој на Земјата, означен **како концепт на одржлив развој** (*sustainable development*). Одржливиот развој, во овој документ, се дефинира како: *„Развој кој ги задоволува потребите на сегашноста без загрозување на можностите на идните генерации да ги задоволат сопствените потреби“*. Дефиницијата за одржлив развој, која се наведува во извештајот *“Our Common Future”*, поднесен од Gro Harlem Brundtland, премиер на норвешката влада, претседавач со Комисијата формирана од ОН за животна средина и развој од 1987 година гласи:

„Одржлив развој претставува развој кој ги задоволува потребите на сегашните генерации, а истовремено да не ги загрозува можностите на идните генерации да ги задоволуваат своите потреби“.



Наведената дефиниција и денес служи како темел во настојувањата на меѓународната заедница во заштита и зачувување на околината. Значи, можно е само таков стопански развој кој ќе го сочува целокупната околина (атмосфера, хидросфера, литосфера) и целокупноста на природните (посебно на необновливите) ресурси и за генерациите кои доаѓаат по нас!

Факт е што само две години по поднесувањето на извештајот “*Our Common Future*” на Gro Harlem Brundtland „**Наша заедничка иднина**“ се забележани преку 140 различни дефиниции за одржлив развој. Тоа впрочем зборува дека не постои единствена и општоприфатена дефиниција за поимот одржлив развој.

Интересна е дефиницијата за одржлив развој која ја дава Robert Solow во своите подоцнежни трудови (1986, 1991), каде се изнесува нешто послаб, но аналитички поподобен критериум за одржливост. Во своите елаборации поаѓа од фактот дека преференциите на идните генерации за нас се непознати, поради тоа е невозможно да се размислува за нивото на корисност што некои природни ресурси ќе им го овозможат на идните генерации. Поради тоа Robert Solow се определил дека како критериум на одржливост да се наведе зачуваноста на производните можности. Тоа значи дека стопанскиот развој има шанси да биде одржлив, наспроти во минатото потрошените нерепродуктивни ресурси, доколку намалените залихи на ресурси бидат надоместени со зголемена количина и квалитет на човечки капитал, како и со акумулиран интелектуален капитал. Оттука произлегува заклучок дека постои можност за супституција на природниот со некој друг вид капитал. Според мислење на Robert Solow и неговите следбеници (Dasgupta и Heal 1979), производствениот потенцијал во кој било момент зависи од количината достапни производствени фактори. Во производствени фактори покрај човечкиот труд, се вбројуваат разни облици на капитал. тие грубо можат да се поделат на: природен капитал т.е. природни ресурси; потоа физички капитал (опрема, згради, машини и сл.) кој е настанат со инвестирање на фондовите на акумулацијата; понатаму човечкиот капитал, во облик на залиха на стекнато знаење и искуство, со кое поединци учествуваат во производствените процеси и интелектуален капитал, како научен, технички и во најширока смисла културен потенцијал со кој општеството располага во одредено време. Или глобалната производствена функција може да се претстави:

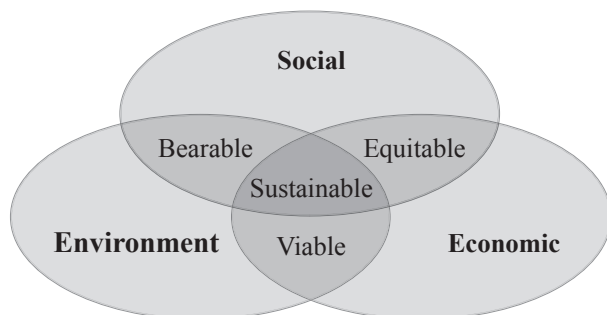
$$Q=Q(L, KN, KH)$$

Со цел да се исполни критериумот одржливост треба вкупната залиха на капитал, а тоа значи $(KN + KH)$, да не опаѓа со текот на времето. Услов



за тоа е постоење на извесен степен на супституција помеѓу различни облици на капитал, пред сè, на природниот и физичкиот, а особено на природниот и интелектуалниот (Dasgupta и Heal 1979).¹

Со текот на децениите, дефиницијата одржлив развој се менувала, но суштината на концептот е дека одржливоста може да се постигне само со респектирање на трите димензии: економска, социјална и еколошка.²



Во контекст на дефиницијата за одржлив развој, интересна е сликовитата споредба на одржливиот развој, со ренесансниот стол, која потекнува од Франческо ди Кастри (Francesco di Castri), директор на Францускиот национален центар за научни истражувања.

Според Кастри, „столот на одржливиот развој“ има четири потпирачи: 1. економски, 2. социјален, 3. културен и 4. животна средина.

Одржливиот развој е можен само кога сите четири потпирачи на развојот се присутни и подеднакво важни. Ако една „нога“ на столот, т.е. потпирачот на развојот, е подолга или пократка, не може удобно да се седне или столот, може да се падне, односно одржливиот развој ќе биде загрозен или нема да се оствари.

Зошто е неопходно имплементирање на концептот одржлив развој?

Одржливиот развој претставува најголем предизвик на современиот свет. Несомнен е фактот што и покрај техничко-технолошката револуција на 20 век, **петина од човечката популација во светот е со приходи помали од 1\$ дневно.** Во многу земји е остварен исклучителен развој по Втората светска војна во многу области, но често на штета на животната средина на глобално ниво.

¹ Dasgupta, P and Heal, G (1979) Economic Theory and Exhaustible Resources. Cambridge, UK, Cambridge Univ. Press.

² Википедија



Заштитата на животната средина од економски аспект може да се сведе на најрационално користење на ресурсите во време и простор. Промените кои доведуваат до деградација на животната средина се резултат на екстензивниот стопански развој, нерационална употреба на природните ресурси и рапидното зголемување на населението. Стана сосема јасно дека проблемите на заштита на животната средина во голем број случаи не можат да се решаваат само на национално ниво. Глобален интерес на заштита на животната средина е искажан преку: **намалување на потрошувачката на материјали и енергија, унапредување на квалитетот и трајноста на производите, преработката и повторна употреба на користените материјали и воведување на технологијата со мала количина на отпад...**

Соочени со императивот на современиот све т- одржлив развој и во настојувањата да се изнајдат решенија за овој современ предизвик во 1984 – 1987 година е основана Светска комисија за развој и заштита на животната средина – Наша заедничка иднина. Под раководство на норвешкиот претседател на владата, госпоѓата **Gro Harlem Brundtland**, Комисијата по три години работа разгледувајќи ги интегрално социјалните, економските, културните и еколошките проблеми, објавила извештај со наслов **“Our Common Future”**. По прв пат се разгледуваат во еден интегрален облик основните прашања на човештвото и даваат некои насоки за глобално решавање на идентификуваните проблеми.

Што подразбира одржлив развој?

Одржливиот развој вклучува барања за промени на сите подрачја од животот. Посебно е потребно менување на потрошувачките навики. Потребно е смислено прераспределување на сите природни и општествени ресурси. Во таа смисла е интересно поимањето на Ф. Сарга, кој вели: *„...човековата заедница не е потребно одново да се осмислува, туку е потребно промислување за нова реорганизација на таа заедница во смисла и по примерот на природниот екосистем...“*.

Несомнено, одржливиот развој вклучува остварување едновремено на 4 цели: општествен развој во кој се препознаени потребите за секој; квалитетна заштита на околината; умерено (разумно) користење на природните ресурси; одржување на високи и стабилни нивоа на стопански раст и вработеност. Незамислив е одржлив развој без истовремено остварување на економска сигурност, социјална праведност и еколошка рамнотежа, без притоа да се дава предност на некоја од овие компоненти кои се еднакво важни.



Економската сигурност вклучува: економска сигурност е возможна само со здрава околина и со здраво општествено уредување, зголемување на продуктивноста и производството на корисни добра и услуги, намалување на сиромаштијата во светот и задоволување на темелните потреби на луѓето, обезбедување праведна распределба на добрата претставува постојано предупредување, обезбедување на вработеност, плати, нови инвестиции, трговија и дистрибуција на стоки, обезбедување на иновативност, претприемништво, економијата да се приспособува на децентрализираниот светски пазар.

Социјалната праведност вклучува: обезбедување и поттикнување на културолошките различности, одржување и поддржување на институциите на општествените системи, поддржување на социјалната правичност и полова еднаквост, овозможување учество во одлучувањето на сите сегменти во општеството, обезбедување можности за правична наобразба за сите, создавање еднакви можности за развој, посебно на релацијата Север-Југ, социјалната праведност се мери со напредокот на оние кои внатре во заедницата се во најнеповолна положба.

Еколошка рамнотежа подразбира: обезбедување и одржување на генетска различност, поддржување на биолошко производство, развивање отпор кон негативните влијанија на околината, поттикнување и овозможување на поткрепа во случај на настанување на негативни влијанија, обезбедување чиста околина и стабилна клима, поттикнување на еко-делотворност во сите делови на општеството.

Како до одржлив развој?

Остварувањето на одржлив развој подразбира исполнување на одредени активности, како што се: рециклирање односно одново користење на секундарните сировини, намалување на испуштањето на агресивни и штетни емисии во околината, намалено трошење, посебно необновливи природни ресурси, заштита на околината што станува интегрален дел на процесот на економскиот развој, овозможување слободен пристап до информациите за состојбата и заштитата на околината, воспоставување и спроведување на национални и меѓународни норми и прописи за заштита на околината, применување принцип на претпазливост во процесот на заштита на околината, системски пристап во решавање на проблематиката на одржливост.

Во 1997 година е објавена студија на ОН, работена за UNDP, во која се укажува на големите трошоци за еколошките проекти за контрола на загадувањето на животната средина. Исто така, оваа студија укажува дека



стопанскиот раст на ЗВР бара нови извори на енергија и дека во рамките на развојот на новите енергетски капацитети дел од средствата треба да се насочат на проекти за експлоатација на обновливи извори на енергија, што би придонело за намалување на загаденоста на животната средина. Концептот одржлив развој е насочен кон зачувување на природниот екосистем и кон рационално користење на природното богатство на земјите и сето тоа во контекст на подигање на квалитетот на животот. Значи, квалитетот на економскиот растеж зависи и од тоа дали и колку економскиот растеж е физички деструктивен, односно дали и колку влијае врз намалување на шумскиот фонд, загадувањето на водите, почвата, воздухот итн. Но, не треба да се заборава дека одржливиот развој не е поврзан само со природната средина. Секако дека од особено значење се и општествениот и економскиот систем, кои преку својата флексибилност треба да придонесат за зачувување на можностите и шансите за благосостојба на идните генерации.

Користена литература

- Dasgupta, P and Heal, G (1979) *Economic Theory and Exhaustible Resources*.
Cambridge, UK, Cambridge Univ. Press
- Википедија
- Рио декларација за животната средина и развојот
Centar za strateshke ekonomska istrazivanja “Vojvodina CESS”, casopis za regionalnu politiku i razvoj, N0 4, februar 2008
- Дубравка Бачун: Одрживи развој, пословна етика, околиш; Хрватска конференција о квалитети - Опатија, 18-20.5.2005
- Beard, T.R. Lozada, G. (1999) *Economics, Entropy and the Environment* Cheltenham, UK, Edward Elgar
- [Http://www.johannensburgsummit.org/html/documents](http://www.johannensburgsummit.org/html/documents)
- D.MEADOWS: “The Limits to Growth”, Potomac Associates, Washington, 1972
- “Our Common Future”, World Commission on Environment and Development (WCED), Oxford University Press, 1987.



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Д-р Ристо Фотов

АНАТОМИЈА НА ФИНАНСИСКАТА И ЕКОНОМСКАТА КРИЗА ВО СВЕТОТ

Abstract

World's financial crisis that appears in the last quarter of 2008 with epicenter in the USA, excluded on the surface many elements according to which it is talked about the crisis of one economic and political exhausted system: liberal capitalism. As a reason for the financial crisis is quoted breaking up of market's real estates in America, by which a number of financial institutions registered enormous losses. Many of the very strong investmental banks and other financial institutions bankrupted, and those who passed the starting stroke of the crisis continued to functionalize on new reconstructed ownership structure with emphasized influence, revision and control by the state.

There are located weaknesses in regulative and supervisor function. It is known that the financial crisis, above all, are of the fastest growing of the money offering, money surrogates and money derivatives from the real estate. Regardless, how the raised deficiency in financial system of the USA is seen in incapability to provide mobilization of economization, placing of the capital and avoiding of risks, is quoted as a catalizator for coming up of the financial crisis.

Вовед

Иако финансиските кризи претставуваат стар економски феномен, тие секогаш одново ги изненадуваат економистите, учесниците на финансиските пазари, монетарната и фискалната власт. Ги изненадуваат и самите политичари, без оглед колку се моќни. Се чини дека нема таква моќ и сила која би можела да спречи финансиска криза.

Случувањата несомнено упатуваат на фактот дека капитализмот се најде во слепа улица. Излезот се наоѓа во неопходни отстапки во смисла на донесување на одлука по кој пат да се движи, односно со помалку или повеќе државна интервенција во економијата. Овде не се поставува прашањето на пазарот, туку дали тој е семоќен механизам или треба и таму помош од државата за да функционира совршено?

Имајќи ги предвид промените што се случиле во изминатите 60-тина години на глобалната сцена, неизбежно се поставува прашањето дали светскиот политички систем воспоставен уште во 1945 година е потрошен? Треба да се има предвид дека политичкиот и светскиот



економски систем дефиниран во 1944 и 1945 година ги респектирал тогашните политички и економски сили и односи. Но, во меѓувреме, доларот ја изгубил ексклузивноста на единствена светска валута и доби рамноправен конкурент во еврото.

Зборувајќи за финансиските кризи, треба да се потенцира дека тие се случуваат кога почнува побрз пораст на количината на парите и паричните сурогати и дериватите на парите (финансиски средства) од реалниот имот. Или со други зборови, количината на финансиските средства треба да биде еднаква на вредноста на реалните средства (стока, услуги и имот). Тоа подразбира: како се зголемува вредноста на стоките и услугите и вредноста на имотот, така треба да се зголемува и финансискиот имот. На долг рок нивниот раст мора да биде ист, во спротивно тоа доведува до нерамнотежа помеѓу финансискиот и реалниот пазар што завршува со криза. Значи, паричната понуда треба да ја покрива вредноста на стоките и услугите. Ако количината на парите расте побрзо од производството на стоки и услуги, тоа неминовно доведува до инфлација и обезвреднување на парите.

Несомнено сегашната финансиска криза не претставува само финансиска, туку таа е прв показател за длабока економска криза, а според многу елементи може да се каже дека претставува криза на еден стопански и политички систем: либерален капитализам. Бројните настани регистрирани од 1970 до 2007 година во светот, а кои можат да се претстават преку бројки, кои говорат дека, во овој период во светот се случија 127 банкарски кризи, повеќе од 208 курсни кризи, 63 должнички кризи, 42 двократни (банкарска и курсна) кризи итн., како и настаните што се случиле во изминатите 60-тина години, на глобалната светска сцена неизбежно се наметнува прашањето: дали воспоставениот политички систем во 1945 година е веќе потрошен? Политичкиот и светскиот економски систем е дефиниран во 1944 и 1945 година, врз основа на тогашните политички и економски односи на силите. Несомнено, во меѓувреме овој систем, со доларот во центарот на вкупните случувања, ја изгуби ексклузивноста на единствена светска резервна валута и доби рамноправен конкурент во еврото.

Јапонија и Германија се издвоија како втора, односно трета економска светска сила. Во поново време Кина, Индија, Бразил и Русија стануваат сè позначајни економски и политички глобални фактори. Русија, благодарение на природните богатства со кои располага, станува сè повеќе економски, воено, а со тоа и политички влијателна. Несомнено во последниве триесет години, по 60-тите од минатиот век, светот е заплискан од незапирливиот процес на глобализација, кој дополнително



ги изостри и потенцира потребата од воспоставување на глобални институции и глобална политика во замена на меѓународните институции и меѓународната политика договорена по Втората светска војна. Ова и многу други прашања едноставно бараат одговор, заради длабочината на кризата која првин ја зафати Америка и со голема брзина се пришири по целата Земјина топка.

Според зборовите на Р. Krugman, причината за финансиската криза која го зафати светот претставува, едноставно речено, крах на пазарите на недвижности (imobilien) во Америка и енормните загуби кои ги погодија финансиските институции чии капитални вложувања биле базирани на хипотекарни плаќања. Обидите, прво на слабите, а потоа и појаките финансиски институции, тие загуби а со тоа и новонастанатите долгови да се покриваат со брза продажба на акции и на таков начин да се дојде до свеж капитал потребен за меѓусебно финансирање, како и финансирање на стопанството воопшто, предизвика до сега невиден синџир на реакции на берзите, во кој понудата на акции се наметна како „единствено логична“ берзанска активност.

Тоа предизвика за кратко време да дојде до паѓање на цените на акциите, а потоа до потполн крах на берзанските активности, односно до опаѓање на вкупниот индекс на изразување на речиси сите светски берзи. Како во Америка, така и во останатиот дел од светот, дојде до банкрот на сите значајни финансиски институции како големи и прочуени банки. Практично доаѓа до колапс на финансискиот систем.

Но, со цел да се разбере правата генеза како и димензиите на кризата, во која има сè и сешто, замрсени берзански шпекулации, т.н. домино ефект, хипотекарни вложувања, огромни суми на „хартени пари“ - фондови од кои се финансираат пензиите, осигурувањето, изнудени купувања и фузионирања на компании..., морало да се анализира економската политика, потоа економските категории и инструменти, а посебно некои мерки кои меѓусебно се преплетуваат и се со различен интензитет, во различно време влијаат еден на друг. Секако, битен фактор во сето тоа се информациите кои допираат до нас и кои секогаш треба да се земат со определена доза на резерва, бидејќи никогаш во детали не се знае позадината на лансираните едни или други податоци кои тешко можат да се проверуваат, а досегашната практика покажа дека на тој план треба да се биде претпазлив.

Кризите и капитализмот?

Финансиските кризи вообичаено се прв показател за деловните, односно економските циклуси. Деловните циклуси се карактеристични



за капитализмот, како што се својствени земјотресите за геологијата на Земјата. Отсекогаш капитализмот ги имал и секогаш ќе ги има. Финансиските кризи постојат од кога постои и современиот облик на пари (хартиени пари).

Ако може да се даде заедничко име на повеќе појавни облици на финансиска криза, тогаш може да стане збор за повеќе видови на кризи: должничка криза, курсна криза, банкарска криза, берзанска криза итн. Нивното прелевање на останатите делови од финансискиот и стопанскиот систем станува неминовно ако појавниот облик се наметне со силен интензитет, што неизбежно генерира економска и социјална криза.

Трагајќи по генезата на современите финансиски кризи, може нивните корени да се лоцираат во седумнаесеттиот век (Тулипоманијата - 1636 година). Меѓу нив како најпозната се смета таа од 1929 до 1933 година. Само од 1970 до 2007 година во светот се случија 127 банкарски кризи, 208 курсни кризи, 63 должнички кризи, 42 двократни кризи (банкарска + курсна криза) и 10 трикратни кризи (банкарска + курсна + должничка).

Оваа криза по многу нешта се разликува од сите кризи што се случиле во последните дваесет години. За разлика од кризата во источна Азија и другите кризи што се случија во последните 20 години, оваа криза претставува прва криза која се појави во центарот на глобалниот финансиски систем. Другите кризи потекнуваа на перифериите на тој систем. Но и покрај тоа што оваа криза е започната во центарот, периферијата ќе биде најмногу погодена. Дури и државите кои имаат добра економска политика ќе бидат погодени. Секако, земјите кои се повеќе задолжени ќе бидат најмногу погодени. Тие мораат да позајмуваат пари секоја година, а цената на тој капитал ќе биде повисока. Понатаму земјите кои имаат трговски дефицит мораат да го финансираат тој дефицит и ќе им биде сè потешко и потешко тоа да го прават, заради што ќе мораат да се соочат со повисоки каматни стапки при финансирање на тој дефицит. Но кое е решението? Во денешниот свет на глобализација, странските инвестиции се мошне важни за многу земји, но и тие инвестиции ќе бидат забавени. Ова последното поради фактот што капиталот природно од местата кои се помалку стабилни кон места кои се постабилни.

Финансиските кризи се резултат, пред сè, на брзиот пораст на понудата на пари, парични сурогати и парични деривати (финансиски средства) од реалниот имот. Оттука несомнено произлегува дека количината на финансиските средства треба да е еднаква на вредноста на реалните средства (стоки, услуги и имот). Тоа значи дека зголемувањето на вредноста на стоките и услугите и вредноста на имотот треба да е проследено со зголемување и на финансискиот имот. На долг рок



нивниот пораст мора да биде ист, од причини што во спротивно ќе дојде до нерамнотежа помеѓу финансискиот и реалниот пазар, што неминовно доведува до криза. Понудата на пари треба да ја покрие вредноста на стоките и услугите. Доколку количината на пари расте побрзо од производството на стоки и услуги, тоа води до соочување со инфлација и до обезвреднување на парите. Несомнено дека кризите се резултат на дискрепанците меѓу финансиските и реалните фондови. Оттука финансискиот сектор е тој кој треба да го следи развојот на реалниот сектор.

Сегашната економска криза?

Според зборовите на Џозеф Штиглиц, добитник на Нобелова награда за економија, поранешен главен економист во Светската банка и сегашен професор на Универзитетот „Колумбија“ во Њујорк, сегашната економска криза во светот е произведена во САД. Имено, тој вели дека САД станаа извозници на филозофијата за намалување на државното регулирање на економијата, извозници на токсични хипотекарни хартии од вредност и на стопански пад. И во тој контекст приложува аргументи, според кои, смета дека САД се најодговорни за сегашната криза. Во финансискиот систем на САД е вграден недостаток со кој се нагласува неговата најголема слабост што не можеше да обезбеди мобилизација на штедење, пласирање на капиталот и избегнување на ризиците.¹

Што се однесува до штедењето како однос на просечен Американец, дојде до опаѓање на штедењето во Америка. Која е причината? За да се сфати сето тоа треба да се разгледа периодот на последните седум години, кога потрошувачката претставуваше фактор кој ја одржуваше американската економија, како и економскиот меур на стабилни кредити. Цените растеле, инвестициите им овозможувале на луѓето да ги извлекуваат парите од недвижности, тоа мотивирачки влијаеше да не штедат за пензија затоа што вредностите на нивните куќи, кои ги купуваа на кредит, растеа. Американците земале 1.950 милијарди долари нови кредити и поголем дел од нив е потрошен на потрошувачка. Тој вид на потрошувачка доведе до тоа штедењето да се стопи. Тоа беше неодржливо. Тоа практично претставува фундаментален проблем на американската економија. Штедењето опадна поради повлекувањето на кредитите. Тоа штедење може да порасне за 2 до 3%. Доколку се случи финансиска криза во Шведска, тоа ќе изнесува дури до 13%. Кога сите престануваат да

¹ Штиглиц: Кризата е произведена во САД, Дневник, 27.2.2009 година, стр.9



трошат економијата се соочува со забавување и тоа е тоа што се нарекува парадокс на штедливоста. Нешто мора да ја пополнува таа празнина, а ништо не може ја пополнува толку брзо и доволно длабоко.

Дополнително либералниот однос кон одредени нестандартни кредитирања во финансискиот систем на САД создаде поволна клима за појава на финансиска криза. Во осумдесеттите години од 20 век, Вокер бил директор на Федералната управа на резерви и успеа драстично да ја намали инфлацијата. Сите тогаш рекоа дека тоа било прекрасно, тоа имало своја цена, но се ослободи од инфлација. Но, во сето тоа постои и една грешка. Тој (Вокер) веруваше во регулативата, ги сфатил ограничувањата на пазарот, а тоа, пак, за Реган било неприфатливо и Вокер добил отказ. На тоа место дојде Ален Гринспен, а тој не веруваше во регулативата, не работеше тоа што требало да го работи и поради тоа денес се трпат последиците.

Некои слабости на финансискиот систем на САД се потенцирани во изминатите 15 години. Имено, во 1994 година е донесен т.н. Закон за нестандартно кредитирање од страна на администарцијата на Бил Клинтон, со која федералните резерви на САД им доделуваа субвенции за ризично кредитирање (тоа подразбира колку што поризични кредити, толку повеќе добиени субвенции од државата). Тоа беше почеток на либерализација во делот на регулацијата и надзорот над финансискиот сектор, што подоцна (истиот закон во 2002 година надополнет и проширен со тоа што и локалната власт е повикана да ги помага банките кои доделуваат нестандартни кредити) уште повеќе се потенцира.

Кризата покажа дека економските и пазарните институции потфрлија, особено регулаторните и супервизорските институции. Стана сосема јасно дека ниту пазарот е перфектен, но и тоа дека и економските агенти не се рационални, а уште помалку се снајдоа институциите во спречувањето на економско неodrжливи и шпекулативни трансакции.

Детектирањето на слабостите во функционирањето на финансискиот систем претставува основа за дефинирање на мерките со кои треба да се дејствува во иднина во функција на совладување на сегашните и спречување на идните потенцијални предизвикувачи на економската криза. Во таа смисла и мерките од одржаниот најголем економски самит на Г-20, на 2.4.2009 година во Лондон, се однесуваат на зајакнување на финансиската и регулаторната супервизија, зајакнување на глобалните финансиски институции, залагање против нерационалниот протекционизам, како и за спречување на глобалната прераспределба.

За длабочината и широчината на актуелната економска криза зборува загриженоста и спремноста во дефинирањето на мерките за совладување на последиците од кризата. Финансискиот пакет (предложен од Г-20), кој



изнесува повеќе од еден трилион американски долари, е особено важен како по својот обем исто така и по неговата институционална и наменска распределба. Имено, 750 милијарди американски долари се наменети за ММФ за потребите на интервенција во националните економии низ целиот свет врз основа на специфични аранжмани. За СПВ (специјални права на влечење) се наменети 250 милијарди американски долари што ќе придонесе за зголемување на глобалната ликвидност, од кои 100 милијарди американски долари се за земјите во развој и пазарите што се дефинирани како кризи. Доделени се 100 милијарди американски долари за дополнително кредитирање преку развојните мултилатерални банки, за поддршка на земјите во развој.

Заедничко е сознанието дека надминувањето на светската економска криза е возможно со заеднички усогласени и координирани активности на сите национални економии во светот и со насочување на напорите кон остварување на особено следниве цели: јакнење на регулативата и зајакнување на супервизијата над финансиските институции; јакнење на глобалните финансиски институции; обновување на светскиот економски раст и отворање нови работни места; зајакнување на меѓународната ликвидност; зајакнување на транспарентноста и отчетноста со користење на сметководствените и супервизорските стандарди; понатаму поттикнување на меѓународната трговија преку спречување на протекционизмот итн. Се чини дека голема е цената за светската економија што ја испорачува кризата. За нејзиното совладување ќе биде потребно вклучување на сите национални економии во светот, преку заеднички усогласени и координирани национални економски политики. Се разбира не преку декларативни заложби, туку со конкретни обработени мерки со технички детали до ниво на нивна реализација.

Користена литература

Извештаи на агенциите AFP, Reuters: Dvije milijarde evra za oživljavanje ekonomije od 6.2.2009 година

Ištvan Ivanović: FINANSIJSKA KRIZA - Kolaps svjetskog finansijskog sistema, објавено во „Вечерњи лист“, Vösendorf, Oktobar 2008

www.imf.org

Дневник од 14.2.2009 г., 27.2.2009 г., 6.4.2009 г. и 11.4.2009 г.



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Проф. д-р Трајче Мицески

ОЧЕКУВАНОТО ТРАЕЊЕ НА ЖИВОТОТ ВО ЕВРОПСКИТЕ ЗЕМЈИ И НИВНАТА КОРЕЛАТИВНА ЗАВИСНОСТ СО БРУТО-ДОМАШНИОТ ПРОИЗВОД ПО ЖИТЕЛ

Abstract

The Statistical data presents that life expectancy in Republic of Macedonia for 2005 in average, was recorded to 74 years, and in the EU countries it was 75 years in Poland and 82 years was recorded for Austria.

While data processing there was established that the correlation coefficient ratio between average life expectancy in the EU countries and their GDP per capita is highly enough and it was 0,85 that means a strong correlation dependence, while determination coefficient ratio was calculated to 77% which means that, standard of living, presented through GDP has 77% influence over life expectancy of population, and the rest of 23% influenced some other factors. This is a real truth because the better standard of living procures and more comfort living also, with a opportunity for more expenditures for better life of the people, i.e. (early detection of diseases, holidays, regular and healthy food etc.).

In this paper are elaborated processed statistical data and relevant comments to it through an table and graphic presentation.

Key words: *GDP per capita, unemployment rate, life expectancy, statistical analysis*

Вовед

За да се добијат веродостојни показатели за некои појави, како што се, на пример, очекуваното траење на просечниот живот на населението и остварениот БДП по жител (per capita), неопходно е да се консултираат веродостојни извори, меѓу кои посебно место имаат статистичките податоци изработени од државните заводи за статистика, светските здравствени статистики и посебните статистики на гранки, дејности или области.

Обработените статистички податоци покажуваат дека Р. Македонија со просечниот животен век на населението од 74 години, заостанува зад земјите на ЕУ, каде возраста се движи од 75 години во Полска до 82 години во Австрија.



Исто така, Р. Македонија по БДП по жител е на последно место во однос на земјите на ЕУ.

Коефициентот корелација меѓу просечното очекувано траење на животот во европските земји и нивниот бруто-домашен производ по жител е доста висок и изнесува 0,85, што покажува силна корелативна зависност, а додека коефициентот на детерминација изнесува 77%. Преку овие коефициенти се потврдува мислењето дека подобриот стандард на живеење овозможува подолг живот на живеење, кој впрочем зависи од човекот.

Во трудот се презентирани табеларни и графички прикази за обработените статистички податоци.

ЖИВОТНИОТ ВЕК НА НАСЕЛЕНИЕТО ВО Р. МАКЕДОНИЈА И ЗЕМЈИТЕ ВО ЕВРОПСКАТА УНИЈА

Животниот век на човекот, погледнато од аспект на можноста на влијанието на човекот, многу зависи од грижата за здравјето на човекот. Тоа значи да се намали морбидитетот и морталитетот од заболувањата што може да се превенираат, но доколку е неопходно и преку ефективно лекување и нега.

Во одредени сегменти од здравјето, македонските граѓани, помалку се здрави од просечниот граѓанин на ЕУ. Иако тешко може да се споредуваат разликите во однос на оптовареноста на заболувањата помеѓу земјите, сепак тоа може да се констатира преку компарирање на одредени болести.

Што се однесува до вкупниот број години што просечниот граѓанин може да очекува да ги проживее (просечно траење на живот), овој број е за пет години помал во Македонија отколку во 15-те земји-членки на ЕУ (пред проширувањето - ЕУ15) и изнесува 73,5 години во Македонија наспроти 79,1 години во ЕУ15¹. Таквата разлика се забележува и во 2005 година (Табела 1).

Како и во повеќето други европски земји, мажите во Македонија можат да очекуваат дека ќе живеат 5 години помалку од жените.

Поголемиот дел од разликата во годините на живеење меѓу Македонија и ЕУ15 се објаснува со повисоката преваленција на кардиоваскуларни болести, делумно предизвикани од големата употреба на тутун и од неконтролираната хипертензија и хиперхолестеролемија².

¹ Извор HFA-DB, податоци за 2003 година

² On line, Министерство за здравство на Р. Македонија, Здравствена стратегија на Република Македонија 2020, Сигурен, ефикасен и правичен здравствен систем., Скопје, февруари 2007 год.



Друг индикатор што го споредува траењето на животот со оптовареноста на заболувањата е т.н. „очекувано траење на здравиот живот“, т.е. вкупниот број години што едно лице може да очекува да ги проживее во добро здравје - без болест или трајна онеспособеност.

Табела 1.
Очекувано траење на животот - 2005 год³.

Земја	Просек на вкупното население	Мажи	Жени	Жените живеат повеќе години од мажите за:
Албанија	71	69	73	4
Австрија	82	79	84	5
Белгија	79	76	82	6
Бугарија	73	69	76	7
Р.Чешка	76	73	79	6
Данска	78	76	80	4
Финска	79	76	82	6
Франција	81	77	84	7
Германија	79	76	82	6
Грција	80	77	82	5
Унгарија	73	69	77	8
Ирска	79	77	81	4
Италија	81	78	84	6
Македонија	74	71	76	5
Холандија	79	77	81	4
Норвешка	80	77	82	5
Полска	75	71	79	8
Португалија	78	75	81	6
Швајцарија	82	79	84	5
Шведска	81	79	83	4
В.Британија	79	77	81	4

³ Статистички годишник на Република Македонија, Државен завод за статистика, 2007 год., стр.563



Очекуваното траење на здравиот живот во Македонија, според истражувањата на експертите на Светската здравствена организација (ВНО) изнесува 63,4 години, а за споредба следуваат податоците за соседните земји: Грција (71,0), Бугарија (64,6), Србија и Црна Гора (63,8) и Албанија (61,4)⁴.

Дистрибуцијата на смртните случаи по возраст покажува дека најголем дел од смртните случаи се случуваат кај возрасната група од 75 години и повеќе, или 43,6%. Кај лицата на возраст од 65 до 74 години смртноста изнесува 28%, а од 55 до 64 години опфаќа 13,4%.

Циркулаторните болести се водечка причина за смрт во Македонија, со удел од скоро 57% од вкупниот број на смртни случаи во 2004 година. Стандардизираната стапка на смртност (ССС) од циркулаторни болести на 100.000 жители се зголеми од 527/100.000 во 1991 година на 599/100.000 во 2003 година. Тука посебно се издвојува мозочниот удар.

Вкупниот морталитет од малигни неоплазми како втора најзначајна причина за смрт, исто така, се зголеми во изминативе десет години, и тоа од СССР 140/100.000 во 1991 година на 165/100.000 во 2003 година. Повредите и труењата се трета најчеста причина за смрт.

Респираторните болести го заземаат четвртото место, при што на бронхитисот, емфиземот и астмата опаѓаат повеќе од 60% од овие смртни случаи. Болестите на ендокриниот систем ја претставуваат петтата најчеста причина за смрт⁵.

Стандардизираните стапки на смртност за кардиоваскуларните болести во Република Македонија се високи во споредба со Албанија, Грција и ЕУ15. Стандардизираната стапка на смртност за малигните тумори е во рамките на просекот⁶.

Инциденцијата на туберкулоза е повисока во Република Македонија отколку во земјите од ЕУ15⁷: 32 наспроти 10,4 на 100.000 жители во 2003 година. Бројките за регионот се следниве: Бугарија – 41,3/100.000; Србија и Црна Гора - 37,2/100.000; Хрватска 33.7/100.000; Албанија - 17,7/100.000 и Грција – 5,6/100.000.

Стандардизираната стапка на смртност од цереброваскуларни болести од 0 до 64 години според СЗО во 2003 година за Република Македонија изнесува 37,2 на 100.000 жители. Истиот индикатор за земјите од ЕУ во 2003 година изнесува 9,87 на 100.000 жители.

⁴ Извор: WHU-Светски здравствен извештај за 2003 година.

⁵ Извор: WHO HFA-DB, јануари 2006 год.

⁶ Извор: WHO HFA-DB, јануари 2006 год.

⁷ Извор: WHO EURO TB, јануари 2006 год.



Доброто здравје и благосостојба налагаат чиста и хармонична околина во која физичките, физиолошките, социјалните и естетските фактори го имаат своето значење. Човековото здравје зависи од достапноста и квалитетот на храната, водата, воздухот и живеалиштето. Иако влијанието на физичката околина е познато повеќе време, актуелноста на проблемот е резултат на новите научни докази кои ја покажуваат врската помеѓу физичката околина и здравјето. Повеќе студии покажуваат дека ризиците од животната средина учествуваат со 25-35% во однос на оптовареноста на заболувањата на глобално ниво⁸.

Здравствената статистика е инсуфициентна со податоци кои се однесуваат на стиловите на живеењето. Во Република Македонија се направени неколку истражувања за навиките во однос на пушењето. Во 2002 година, преку реализацијата на проектот на СЗО „Global Youth Tobacco“ („Тутунот кај младите глобално“), се дојде до сознанија дека преваленцијата на постојаните пушачи изнесува 8,2% меѓу тинејџерите на возраст од 13 до 15 години, а 20% од нив започнале да пушат пред десеттата година од животот. 16% од непушачите изјавиле дека во иднина можеби ќе пропушат. Во едно истражување спроведено од 2000 до 2001 година - планирање на активности за здравствена едукација за превенција на факторите на ризик за исхемична срцева болест кај населението на возраст од 15 до 64 години, беше откриена висока преваленција на пушачи (42,7%). Постои поврзаност помеѓу пушењето и возраста, но не и поврзаност со образовното ниво⁹.

Владата во 2006 година ја усвои Стратегијата за борба против тутунот, а од 16 септември 2006 година како земја-членка на СЗО ја ратифицира и Рамковата конвенција за контрола на тутунот на СЗО. Веќе се спроведува ограничувањето на пушењето во јавни и работни простории.

Тука спаѓаат и Стратегијата за борба против алкохолот, Стратегијата за контрола на дрогите, со што се дефинираат целите и активностите за намалување на побарувачката и достапноста на дрогата за периодот 2006-2012 година, која е усвоена од Владата во декември 2006 година и е тековен акционен план на имплементација.

БРУТО-ДОМАШЕН ПРОИЗВОД ПО ЖИТЕЛ ВО Р. МАКЕДОНИЈА И ЗЕМЈИТЕ НА ЕВРОПСКАТА УНИЈА

Статистичките податоци покажуваат дека Р. Македонија заостанува во социоекономски развој зад земјите на ЕУ.

⁸ Извор: WHO-Environmental Burden of Diseases Series, 2004.

⁹ „Global Youth Tobacco“ („Тутунот кај младите глобално“), Р333, Медицински факултет, 2004 година



БДП по глава на жител за 2005 година изнесуваше 2.219 американски долари. Стапката на невработеност во Македонија во 2005 година изнесуваше 37,5% невработени од вкупната работна сила, што ја сместува Република Македонија во групата земји со екстремно висока стапка на невработеност во Европа.

Во земјите на Европската унија или погледнато во земјите на Европа, БДП по глава на жител за 2005 година се движеше од 25.513 до 48.025 американски долари во Ирска, односно 64.089 во Норвешка.

Табела 2
Бруто-домашен производ по жител (во САД \$)
Per capita in US \$

Земја / Country	2005
Австрија	37524
Белгија	35544
Бугарија	3137
Р. Чешка	11949
Данска	47766
Франција	34787
Германија	33901
Грција	20310
Унгарија	10835
Ирска	48025
Македонија	2219
Холандија	38280
Норвешка	64089
Полска	7944
Шпанија	25513
Швајцарија	48810
Шведска	39639
В. Британија	36634

Од табела 2 се гледа дека БДП по глава на жител за 2005 година, во земјите на Европската унија или погледнато во земјите на Европа, се движи од 2.219 американски долари до 48.025 во Ирска, односно до 64.089 во Норвешка.



Тоа што паѓа во очи од расположливите податоци и е во интерес на наше сознание е дека Република Македонија има најмал БДП по глава на жител за 2005 година (per capita), кој изнесува 2.219 американски долари, и е речиси 22 пати помал од земјата на ЕУ - Ирска, односно 29 пати помал од европската земја - Норвешка.

КОЕФИЦИЕНТ НА КОРЕЛАЦИЈА И ДЕТЕРМИНАЦИЈА МЕЃУ БРУТО-ДОМАШНИОТ ПРОИЗВОД ПО ЖИТЕЛ И ОЧЕКУВАНО ТРАЕЊЕ НА ЖИВОТ

Интересот на нашето истражување беше да видиме дали постои корелативна зависност помеѓу очекуваното траење на животот и висината на БДП по глава на жител, па затоа е извршена пресметка на коефициентот на корелација преку користењето на едноставна криволиниска корелација:

$$y = a + bx + cx^2$$

За пресметување беше земено БДП по глава на жител, како независно-променлива големина (x), а очекуваното траење на животот како зависно-променлива големина (y), односно поедноставно кажано се испитуваше дали висината на БДП по глава на жител во земјите на Европа има влијание врз очекуваното траење на животот на нивното население.

Согласно со пресметките, добиениот коефициент на корелација меѓу БДП по глава на жител и очекуваното траење на животот е доста висок и изнесува 0,87, што значи дека постои силна корелативна зависност.

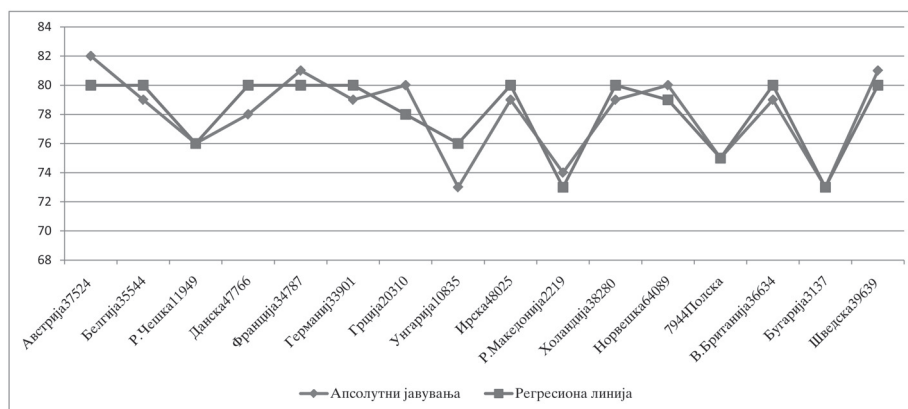
Табела 3
Пресметки на корелативна зависност меѓу БДП по глава на жител и
очекувано траење на животот

Земја Country n	БДП по глава на жител x	Очекувано траење на животот y	Регресиона линија Y_c
Австрија	37524	82	80
Белгија	35544	79	80
Р. Чешка	11949	76	76
Данска	47766	78	80
Франција	34787	81	80
Германија	33901	79	80



Грција	20310	80	78
Унгарија	10835	73	76
Ирска	48025	79	80
Македонија	2219	74	73
Холандија	38280	79	80
Норвешка	64089	80	79
Полска	7944	75	75
Вел.Британија	36634	79	80
Бугарија	3137	73	73
Шведска	39639	81	80
n=16	472583	1248	1248

Графикон 1
Корелативна зависност меѓу БДП по глава на жител и
очекувано траење на животот



Коефициентот на детерминација изнесува скоро 0,765, што значи дека висината на БДП по глава на жител влијае 77% врз очекуваното траење на животот на населението врз очекуваниот животен век на населението, а 23% имаат влијание други останати фактори. Тоа е факт бидејќи подобриот животен стандард обезбедува и живеење на поудобен живот, со можност за повеќе издатоци за подобрување на животот на луѓето (навремено лекување, одмор, редовна и здрава храна итн.)



Заклучок

Истражувањата покажуваат дека Р. Македонија, по очекуваното траење на животот и по својот БДП по глава на жител, многу заостанува во однос на земјите на Европската унија.

Според податоците од 2005 година, Р. Македонија со просечниот животен век на населението од 74 години заостанува зад земјите на ЕУ, каде возраста се движи од 75 години во Полска до 82 години во Австрија.

Исто така, Р. Македонија по БДП по жител, кој во 2005 година изнесуваше 2.219, е на последно место во однос на земјите на ЕУ, кои имаат неколку пати повисок коефициент т.е. дури и 22 пати повисок од Ирска, како земја на ЕУ, односно 29 пати повисок од Норвешка, како европска земја.

Коефициентот корелација меѓу просечното очекувано траење на животот во европските земјите и нивниот бруто-домашен производ по жител е доста висок и изнесува 0,87, што покажува силна корелативна зависност, а додека коефициентот на детерминација изнесува 77%.

Добиените коефициенти покажуваат дека во делот од животот кој зависи од грижата на човекот, тој може да го подобри односно продолжи со подобриот стандард на живот.

Користена литература

- Мицески Т., Миладинов Г., Практикум по статистика, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, 2008 г.
- Попоска В., Попоски Г., Статистика, Универзитетска библиотека „Св. Климент Охридски“, 2001 г.
- Сотироски К.: Статистика, Економски факултет - Прилеп, 2004 г.
- Статистички годишник на Р. Македонија, Државен завод за статистика, 2006 г.
- World Bank. Aide-memoire of the World Bank Supervision Mission, 30 June to 8 July, 2005.
- WHO HFA-DB, јануари 2006 г.
- WHO EURO TB, јануари 2006 г.
- WHO-Environmental Burden of Diseases Series, 2004.



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Проф. д-р Трајче Мицески

МЕНАџМЕНТ ФИЛОЗОФИЈА НА СОВРШЕНСТВО - ЛИДЕРСТВО СО ЛЌУБОВ

Вовед

Менаџмент филозофијата на совршенство односно лидерството со льубов не може да се извршува доколку лидерот не поседува изграден вредносен систем со трајни вредности, засновани врз принципите на льубовта.

Таквиот лидер мора вистински да льуби, да знае да ја пренесе својата нелицемерна льубов, тој треба добро да го разбира човечкото однесување и мора да биде во состојба да остварува комуникација, да мотивира и да ги води другите со својот авторитет, со својот пример и со своите правилни постапки.

За подобро да се познаваат луѓето односно подобро да се разбере нивното однесување, ангажираност, работење и другите активности во организацијата, истите треба подолго да се набљудуваат (перцепираат), да се знаат нивните биографски карактеристики, нивниот развој, нивната мотивираност, да се слушне нивното мислење, мислењето на другите за нив и воопшто да се познава личноста-човек како поим, со сиот нејзин развој, карактеристики, особини и погледи.

КРАТОК ПОГЛЕД КОН ЛЌУБОВТА КАКО ФАКТОР НА УСПЕШНО ЛИДЕРСТВО

Доколку човек не поседува льубов и не ги почитува и применува вредностите на льубовта, тој лесно може да потпадне под лажни вредности изразени преку самобендисаност и лукавост. Па, така прифаќајќи ги вредностите на самобендисаност односно лукавост, тој станува човек со предрасуди, гледа како низ магла, а мисли дека гледа чисто. Тој смета дека тој и само тој е исправен, само тој ја кажува вистината и само тој знае сѐ. Носи пребрзи заклучоци и осуда на недокажани работи. Мисли дека само неговите идеи и постапки се исправни. За него правите линии се криви. Белата боја изгледа бледа. „За него, вистинската вредност останува скриена, и кога донесува решенија тој се заблудува затоа што



неговите оценки се базираат врз тоа што го примаат неговите искривени чувства, а не стварноста”¹.

Ако лидерот го гледа светот со сознанието на љубовта, тој го прима истиот таков каков што е. Тој ги сака сите луѓе. Ги пофалува сите оние што работат правилно и прават добри дела, а им им укажува на грешките на сите оние кои постапуваат неправилно и прават лоши дела. Таквиот лидер ретко прави големи грешки, а ако пак некогаш погреша, тој станува свесен за своите грешки. Длабоко размислува и се поправа. Тој добронамерно и поучно прима критиката за своите грешки, со што и самиот преку тоа се усовршува.

Кај него не постои преценетост, самобендисаност и омраза. Тој го разбира светот, го разбира природниот тек на нештата и добро ги разбира луѓето. За него и во него пред сè е љубовта. Тој знае дека љубовта носи квалитет и совршеност.

КАРАКТЕРИСТИКИ НА ЉУБОВТА

Кога се зборува за љубовта како вид на филозофија на лидерството, треба да се спомнат барем неколку нејзини карактеристики.

Како прва и основна карактеристика на љубовта е *нејзината моќ*. Човекот кој во себе ги поседува принципите на љубовта живее помирно и подобро и постигнува подобар и долгорочен успех.

Притоа треба да се знае дека за да се стекне моќта на љубовта се потребни напор, трпение, храброст, одрекување и надеж. Психијатарот д-р Скот Пек истакнува дека голем број мистици ја осознале вистинската љубов со напор и труд, одрекувајќи се од многу краткотрајни задоволства, заборавајќи ги навредите од другите и отворајќи го срцето кон добронамерноста.

Патот за осознавање на моќта на љубовта минува низ созревањето односно градењето себеси и тоа преку реалното и непристрасно *осознавање*. Не постои брзо и лесно доаѓање до целта. Човекот најпрвин мора да се пронајде себеси, за да може внатрешно (духовно) да се издигне. Зашто внатрешното издигнување се постигнува само со цврста примена на принципите на љубовта. На тој пат е основно да се верува во себе, да се биде упорен, издржлив и сигурен за она што сака да се постигне. Да се верува значи да се нема сомнеж во смисла на конфузност, збунетост, туку само сомнеж преку кој може да се открие вистинската цел, а тоа е оној вид сомнеж кој иницира напорно работење, истражување, анализирање и откривање.

¹ Konosuke Matsushita „My management Philozophy” PHP Institute Inc. Japan, 1978 во издание на МОКС, Скопје, 1994 година, Главен и одговорен уредник, Илија Мурпроски, стр.55.



Друга карактеристика на љубовта е *независноста* (неприврзаноста) т.е. *слободата во себе*. Да се биде слободен во себе значи да не се должни никому, односно да не се доведува човекот во зависна положба од некого. Тоа не треба да се сфати буквално, бидејќи секој човек еден од друг е зависен. Во контекст на ова би се истакнало дека не се мисли за блага зависност, туку се мисли за цврста зависност без која самостојно не би се постигнала целта за која не се поседува доволно способност. Пример, цврста зависност се јавува кај оној кој нема доволно знаење и способност да биде лидер (менаџер), а залажувајќи се во своите преценети способности го посакува тоа, па затоа бара поволни услови (погодна тло и моќници кои можат да му помогнат) за остварување на својата цел. Тој со тоа станува целосно зависен од тие што го донесле на тоа место.

Зависниот човек останува без слобода во себе. Тој е надворешно горделив за својот „успех“, а внатрешно беден. Тоа во стварност е физичко растење на личност без внатрешно растење. Така голем број на лидери кои мислат дека се „пораснати“, впрочем сè до својата смрт остануваат деца кои никогаш вистински не се одвоиле од поддршката т.е. моќта на своите приврзаници.

Исто така, како наредна карактеристика на љубовта се јавува *акцијата, одлучноста и храброста*. Љубовта не треба да се сфати како збор, израз или спој, но треба да се сфати како глагол кој означува акција. Не е доволно само да се рече „јас ги сакам луѓето“, а всушност тоа да бидат празно изговорени зборови. Тоа треба да се прави со вреднување на човечкото достоинство. Никогаш не треба да се чувствува опасност од признавањето на вредностите на другите. Не треба да им се ограничува правото на правилното слободно живеење, оспособување, надоградување и сл. Туку, треба да се има грижа за другите и истите да се иницираат за нивни духовен (внатрешен) развој. Секој кој навистина се грижи за духовниот развој на другиот, свесно или инстинктивно знае дека сите заедно напредуваат. Децата не можат да пораснат до психолошка зрелост, во атмосфера на полна непредвидливост, ако постојано си плашат од осамостојувањето. Брачните парови не можат да решат на задоволителен начин некои прашања во бракот, како што се: меѓусебното разбирање и личното мислење, доминацијата и подреденоста, слободата и верноста, доколку тие не сфатат дека за тоа е потребен отворен разговор и меѓусебна доверба.

Во работната средина нема да се решат проблемите ако менаџерскиот тим постои како *слика без глас* кој целосно без дискусија ги прифаќа сите предлози на менаџерот. Затоа менаџерскиот тим треба да биде составен од вредни и способни раководители, кои поседуваат свои мислења, даваат свои предлози и укажува на грешките. Тој (тимот) треба да е од акција.



Да предлага и прифаќа сè што е во интерес на успешното работење на организацијата, да создава добри меѓучовечки односи и добра клима на работење, а да отфрла сè што придонесува за лошото работење. Само на тој начин може да има напредок во фирмата.

Љубовта значи богатење на самиот себе и богатење на другите, но не со материјално богатство, туку со духовно богатство. Затоа љубовта бара акција, одлучност и храброст. Кога човек се збогатува со љубов, тогаш тој навлегува во нова непозната територија каде сè околу себе и пошироко гледа во вистинската светлина.

Како неделива компонента од љубовта е *искреноста и отвореноста*. Љубовта бара да се живее во состојбите какви и што се, и да биде вклучен во нив, а не да се биде обземен од нив. Основна работа е: никогаш да се нема сомнеж за тоа, каков ќе биде резултатот од која било разумна, совесна, добро смислена, добро разработена и правилно насочена акција што се презема, зашто преку искреност, отвореност, чесност, праведност и љубов ќе се успее. Значи сè што може да се стори е да се биде што поискрен со сета сила и целото свое битие.

Каде и што и да се зборува, треба да се зборува отворено, со целосна убеденост и целосно верување, потврдено со преземените постапки и направените дела.

Ако некој што ја зборува вистината, биде исмеан од некого или од некои, тој не треба да се обесхрабрува, бидејќи тој треба да знае дека колку и да настојува, не може да им се забрани на другите тоа да го чинат. Тие тоа можат да го направат секој момент било пред или зад личноста. За вистинскиот човек, најважно е правилно, искрено и достоинствено да постапува.

Љубовта не може да се развива без *самодисциплина и дисциплина*. Самодисциплината и дисциплината како компоненти на љубовта се поврзана со сопствените чувства, однесувања и постапки. Правилното водење на сопствените чувства подразбира комплексни (лесни или тешки, напорни или ненапорни) но сепак избалансирани дејствија, кои бараат постојана проценка, контрола и приспособување. Тоа значи човекот спрема своите чувства треба да се однесува со посебна почит, одмереност и неопходност. Тој треба правилно да управува со нив.

Општо земено, самодисциплината значи чување од неправилните постапки, манипулациите, лагите и измамите, лакомоста и алчноста, самопреценетоста, неконтролираноста и сл.

Друга важна карактеристика на љубовта е *разумно користење на власта*, односно *користење на власта со почит и разбирање на другите*.

Всушност, користење на власта не значи горделиво (супериорно, преценето) однесување со другите, туку тоа значи да се има почит и



разбирање кон другите.

Лидерот треба да се чувствува како човек еднаков на другите, да не се преценува, и да не се гордее со власта што ја има, туку да чувствува исполнетост во себе и да биде благодарен на тоа што тој меѓу многубројните негови колеги е избран за лидер. Затоа тој треба да ги сфаќа другите, да прима од нив сè што е добро и вредно.

Таквиот лидер секогаш има правилен човечки однос кон другите. Всушност, правилниот човечки однос кон другиот значи разбирање на другите, ислушување и дискутирање со нив. Иако таквиот однос наликува на однос на понизност, сепак тоа не треба да се сфати како неспособност, туку напротив како голема вредност на човекот кој ја разбира реакцијата на другите во различните моменти.

За таквиот вид на правилен човечки однос кој наликува на понизност, митрополитот д-р Антониј Блум истакнува: „Понизноста е типична на земјата. Земјата секогаш сè зема во себе. Никој и не се сеќава на неа. Секој ја гази и фрла на неа отпадоци и сè што не му треба. А таа е тука, во тишина прифаќа сè и на чудесен начин од својот смет создава ново богатство и тоа самата трансформирајќи го во животна енергија, во нова можност на создавање. Постојано е отворена на сонцето и на дождот, подготвена да прими кое било семе кое ќе го засадеме и способна е да произведе триесет, шеесет и стопати повеќе од секое семе”².

Овие искажани мисли упатуваат на тоа дека лидерот кој во себе го поседува чувството на љубов е свесен дека навредата вратена со навреда доведува до конфликт, нерешениот конфликт до омраза, а омразата пак до нетрпеливост и тежнение кон одмазда. Затоа, тој при навредите мудро постапува, трпеливо ислушува и правилно оценува што и како да се одговори, со цел да се реши конфликтот.

Вистинскиот лидер знае и да наградува и да казнува. Всушност, вистинскиот лидер наликува на вистински родител, кој секогаш правилно постапува кон децата. Ги пофалува за добро извршената работа или правилната постапка или ги укорува за лошо извршената работа или лошите постапки.

Исто така, важна карактеристика на љубовта е *почитување на индивидуата*, која подразбира сфаќање и прифаќање на човекот онаков каков што е.

Луѓето се разликуваат и физички и психички. Постојат низа научни докази дека разликите меѓу луѓето кои не се роднински поврзани се поизразени, истакнува професорот Диздаревик³.

² Metropolitan Anthony Bloom, School for Prayer” „Iris” Struga 1997, str.53

³ Диздаревик д-р Исмет, „Психолошките погледи на менаџментот” „Феникс” Скопје, 1995 ,стр.36



Голем број мислители од секогаш укажувале на различните индивидуалитети во една организација. Платон визијата за идеална организација т.е. држава ја засноваше врз потребата за почитување на психолошките разлики меѓу луѓето. Ја оправдуваше и селекцијата, зашто луѓето поради разликите во структурите на личноста се предодредени за вршење само на одредени должности.

Очигледно е дека луѓето се разликуваат по своите способности, знаење, однесувања и постапки. Луѓето различно и мислат. Човекот не смее да бара од друг и тој потполно исто да мисли и се однесува како него. Важно е тој духовно (внатрешноморално) да созрева. Духовно богатите луѓе помеѓу себе полесно се разбираат без посебни напори.

Во секоја фирма прифаќањето на различноста, односно почитувањето на индивидуата е многу важна и основна работа за успешно работење, креативна способност и творечка активност. Доколку се почитува индивидуата и подеднакво се третираат сите вработени, тогаш во претпријатието ќе владеат добри меѓучовечки односи, вистинска култура на однесување и работна атмосфера.

Понатамошна карактеристика на љубовта е *грижата за луѓето*, која мора да допира во сите сфери на нивното живеење, а особено на нивната мотивираност, креативност и ангажираност во организацијата (претпријатието). Во работни средини каде што владеат односи на меѓусебно почитување, доверба, пријателство и сл., тогаш реално се вреднуваат потенцијалите на човечките ресурси. Тогаш за оценка (вреднување) не се земаат само податоците за нивното образование, работно искуство, послушноста, туку се земаат и можностите за развивање на нивните интелектуални способности, нивото на нивното вистинско знаење, умевање, однесување, совесност, степенот на нивната внатрешна мотивираност, нивната наклоност кон соодветна областа на работа, нивната посветеност кон работата, нивната ангажираност и нивниот приод за создавање на добри меѓучовечки односи.

Сите овие наброени, како и доста други ненаброени карактеристики ја чинат целината на љубовта.

ЉУБОВТА КАКО ЦЕЛИНА НА ТРАЈНИ ВРЕДНОСТИ

Љубовта како определена состојба на спознание, претставува целина на изграденост на вредносниот систем на лидерот со вистински вредности.

Во тој контекст на многубројните вредности би ги истакнале следниве: љубов кон другите, почитување, пријателство, разбирање; умност, разумност, свесност, совесност, мудрост; благонаклоност, милосрдност, срдечност, пријатен однос, отвореност, искреност, реалност, јасност;



верување, доверба, соработка, трпеливост, издржливост, смиреност, активност, ангажираност, работливост, трудољубивост, одлучност и храброст.

Иако карактеристиките на овие вредности се добро познати, сепак, заради содржината на елаборатот ќе изнесеме дел од нив. Така, за значењето на љубовта (сакањето), англискиот филозоф, логичар и хуманист Берtrand Расел истакнува: „поетот и мистикот наоѓаат сатисфакција каква што трагачот по моќ не може ни да замисли, затоа што тие можат да го задржат предметот на својата љубов, додека трагачот по моќ мора постојано да се ангажира во нови манипулации доколку не сака да страда од чувство на празнотија“⁴.

Значи човекот т.е. лидерот кој го поседува чувството на љубов, сè што работи тоа го прави со посветеност и задоволство. Па затоа и неговиот успех е забележителен и корисен за сите.

Умноста означува паметно, умно, разумно однесување и постапување. Тоа е способност на човекот да мисли, да сознава и да расудува.

Разумноста означува способност на човекот правилно, логички да мисли и да расудува.

Поимот *свесност* (свесен) е поврзан со развојот на свеста и означува: осмислено, разумно, правилно поимање на стварноста и свесно постапување. Значи, тој означува способност на човека да ја восприема стварноста што го опкружува и правилно осознавање на општествениот живот. Погледнато од аспект на филозофијата или психологијата, совесноста означува процес на одразување на стварноста од страна на мозокот на човекот т.е. јасно поимање на нештата⁵.

Совест означува внатрешна оценка на своето држење, засновано врз чувството на морална одговорност за своите постапки. *Совесниот лидер секогаш* постапува по својата совест и тоа правилно, праведно, чесно и со обѕир на сите негови постапки.

Човек со вакви особини правилно размислува, расудува и правилно постапува. Всушност, размислувањето (мислата) е погледот (визијата) на душата, слично како што е окоото светилник на телото. „Светилник за телото е окоото. И така, ако твоето око биде чисто и целото твоје тело ќе биде светло; ако пак твоето око биде лошо, целото тело ќе биде темно. И така, ако светлината, што е во тебе, е темна, тогаш каква ли ќе е темнината?“⁶.

⁴ Erich From, On disobedience and other essays, ed. Routledge and Kegan Paul, London, Melbourne and Henley, 1984. Ерих Фром, „За непослушноста и другите есеи“ Комунист-Скопје, 1989 стр.40.

⁵ Блаже Конески, Редактор, Речник на македонскиот јазик, Македонска книга, Графички завод „Гоце Делчев“ Скопје 1986 година.

⁶ СВЕТО ПИСМО (БИБЛИЈА) БРИТАНСКО И ИНОСТРАНО БИБЛИСКО ДРУШТВО-ЛОНДОН 1990, Матеј 6,22-23



Мудриот човек правилно го користи својот видик и секогаш гледа чисто, длабоко размислува и правилно расудува. За него секогаш постои разлика помеѓу доброто и лошото. Тој сам расудува, ослободен од секаква пристрасност, заблуда и суетност.

Мудриот човек разумно управува со своите мисли. Тој знае кога треба и како треба да зборува. Тој може да се воздржи кога му наидуваат лоши зборови во моментите на навреда или други непријатни ситуации. Тој знае како да постапи во такви состојби, зашто да се зборува она што е потребно, тоа без сомнение е знак на мудро и зрело размислување, знак на правилно изграден карактер на човекот.

Благонаклонетост, кротост, милостивост, пријателски однос се одлика на принципите на љубовта.

Лидерот кој се одликува со овие принципи има човечен однос со секого, чини добри дела, ги почитуваат и разбира другите. Со пријатен однос се труди успешно да ги реши конфликтите, да укаже и поучи.

Кротоста е душевно својство за заедничко добро суштествување на луѓето, што означува мирно, трпеливо, без револт, поднесување на грубите навредливи и жестоките испади. Лидерот кој се одликува со ваква карактеристика, секогаш се труди да ги скроти вознемирените лица, на секое место да создаде топла и благопријатна атмосфера. Таквиот лидер својот интерес го гледа преку општиот. Тоа значи задоволството на други го прави него задоволен.

Милостивоста се искажува преку правилен и пријатен однос на комуницирање со другите и давање на соодветна потребна помош.

Отвореност, искреност, реалност се особено важни особини на љубовта. Човек кој не ги поседува овие особини тој нема љубов. Неговата љубов е лажна, привидна и мала. Основната карактеристика на љубовта е таа да извира од внатрешноста на душата, односно од срцето на човекот. Тоа значи дека *љубовта не е слепа, туку таа е јасна, реална и искрена*. Човек кој ги поседува тие чувства е отворен кон средината, искрен кон луѓето и реален во сите негови постапки. Тој сè што работи, работи во интерес на сите во организацијата.

Лидерот со овие особини отворено постапува во организацијата, отворен е кон својот менаџерски тим, отворен е кон поединците. Тој реално, аргументирано и целосно ги изнесува своите погледи, податоци или цели. За него нема поделба на вработените, применува исти принципи за сите и правилно вреднување на нивните способности.

Верувањето, довербата, почитувањето на вработените во организацијата се особини на лидерот кој поседува љубов. Тоа не значи слепо верување, туку правилно восприемање на стварноста и имање на доверба кон оние кои правилно ја поимаат вистината и правилно мислат.



Да се има почит и верба кон другите, лидерот треба да се познава себеси, да е свесен за тоа како делува врз другите, да има слух и чувство за средината, да ги прифаќа слабите и силните страни на другите, а со тоа и сопствените, да знае правилно да се справува со конфликтните состојби, завршувајќи ги прифатливо за сите, да може да создава успешна работна атмосфера, мотивирачка и креативна клима.

Трпеливоста и смиреноста се принципи на љубовта кои кај човекот овозможуваат да дојдат до израз неговите способности, како што се:

- *разумот*, преку кого тој ги разбира нештата;
- *чувствата* и совеста, со кои тој осознава што е пријатно и добро, а што непријатно и лошо и
- *волјата*, преку која, разумно и совесно ги исполнува своите мисли и желби.

Активноста, ангажираноста, работливоста, трудољубивост, одлучноста и храброста се неразделен дел на вистинските лидери.

Поседувањето на храброст мора да биде одлика на секој лидер. Тој мора храбро да се соочува со проблемите и безрезервно да гледа нанапред.

Храброста на менаџерот мора да биде изразена во секој поглед, така што тој не смее да биде песимист во никој случај. Професионална оспособеност, богатото знаење, искуства и духовна издигнатост се основата за разумната храброст. Значи, храброста мора да се заснова врз внатрешното богатство со: знаење, духовна моќ, прагматичност, чесност, разумност, совесност, отвореност и врз низа други вистински вредности.

Претходно наброените вредности, како и многу други ненаброени, ја чинат целината на љубовта, која пак како трајна вредност предизвикува остварување на резултати со трајни вредности, што ни матните мисли на поединци, па ни времето може да ги избрише или сруши.

Заклучок

Способноста за успешно водење на другите е еден од основните фактори на лидерството. Лидерството пак означува остварување влијание врз група луѓе, нивно насочување и координирање. Истото правилно и најуспешно ќе се спроведува доколку лидерот покрај тоа што поседува морални вредности, способности, знаења и умења, треба да биде исполнет и со чувство на љубов.

Самото поседување на чувството на љубов многу придонесува за развивање добри меѓучовечки односи во фирмата, за подигнување на културата и мотивираноста во работењето и општо зголемување на задоволството на вработените.



Користена литература

- Antoni De Melo, „Vučenje“ L.O.M. Beograd, 1996
- Диздаревик Исмет, „Психолошките погледи на менаџментот“, Феникс, Скопје, 1995 г.
- Церард Нирнберн, „Вештина на преговарањето“, Култура, Скопје, 1997 г.
- Erich From, On disobedience and other essays, ed. Routledge and Kegan Paul, London, Melbourne and Henley, 1984. Ерих Фром, „За непослушноста и другите есеи“, Комунист-Скопје, 1989 г.
- Konosuke Matsushita, „My management Philozophy“ PHP Institute Inc. Japan, 1978. Главен и одговорен уредник Илија Мургоски, МОКС, Скопје, 1994 г.
- Metropolitan Anthony Bloom, School for Prayer“ „Iris“ Struga, 1997
- Новотни Љубиша, „Судска психијатрија“, НИП „Студентски збор“ - Скопје, 1998 г.
- Piter Drucker, „Лекции од минатото“ Економу Press, 10 ноември Scott Peck, The road less travelled, Simon Shuster, inc, New York, Put kojim se redje ide, JPJ, Copyright za Jugoslaviju, Mitar Miso Ninkovic, Beograd, 1995
- СВЕТО ПИСМО (БИБЛИЈА) БРИТАНСКО И ИНОСТРАНО БИБЛИСКО ДРУШТВО-ЛОНДОН 1990.

LEADERSHIP WITH LOVE AS MANAGEMENT PHILOSOPHY

D-r Trajce Miceski

SUMMARY

The love is will on man, respectively it is a will on leader to build his own system of values with genuine values and in the same time that he will be living and preferring in his surrounding. She is expression on own consciously loving, self consciousness action and intention (or purpose).

The self concept of love, it included love towards yourself and love towards others. Because man, like reasonable being knows to love (to respect, to appreciate) and in the same time to be dear (to be appreciate) from others.

In this articles is presented concise review toward the love, understands like aware activity and sense of loving, respecting and mutually understanding.



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Проф. д-р Димитар Ефтимоски

ВИДОВИ ПРЕТПРИЕМНИШТВО

Abstract

This paper refers to theoretical aspects of entrepreneurship, actual to types of entrepreneurship. Basically we can say that there are two types of entrepreneurship; individual entrepreneurship, and entrepreneurship in enterprises i.e. intrapreneurship. Few other types of entrepreneurship derive from these two types, like: technological entrepreneurship, woman entrepreneurship, ethnic entrepreneurship, social entrepreneurship, and international entrepreneurship. Taking into account the fact that individual entrepreneurship is very often a subject to theoretical analysis in the domestic literature, in this paper we will hold our attention to other types of entrepreneurship.

Key words: *entrepreneurship, intrapreneurship, technological entrepreneurship, woman entrepreneurship, ethnic entrepreneurship, social entrepreneurship, international entrepreneurship*

Вовед

Претприемништвото претставува процес на откривање можности и преземање активности (ризик) за нивна реализација, со рационална употреба на ресурсите. Тоа најчесто се става во контекст со микро, малите и средните претпријатија, но треба да се има предвид дека може да се стави во контекст и со големите претпријатија - за што подоцна поопширно ќе стане збор.

Во основа, претприемништвото е предмет на анализа на три различни теоретски школи: неокласична економска школа, психолошка школа и социокултурна школа.

Неокласичната економска школа претприемништвото го врзува со ефикасното и ефективното искористување на производствените ресурси, што треба да резултира со остварување на максимален профит.

Психолошката школа претприемништвото го врзува со различните психолошки карактеристики на луѓето, како што се: способноста за иновирање, спремноста за преземање ризик, креативноста итн.

Социокултурната школа, пак, претприемништвото го врзува со социокултурните вредности на општеството. Според оваа школа, за надградба на социокултурните вредности на општеството е потребна економска активност, која, покрај другото, подразбира и користење општествени ресурси.



Во однос на видовите претприемништво, може да се рече дека, во основа, постојат два вида претприемништво:

1. индивидуално претприемништво (*entrepreneurship*) и
2. претприемништво во претпријатие кое постои (*intrapreneurship*).

Индивидуалното претприемништво се базира на личните карактеристики на поединецот, односно на неговите знаења, вештини и способности. Кога зборуваме за претприемништво, најчесто мислиме на овој вид претприемништво.

Претприемништвото во претпријатие кое постои (*intrapreneurship*) во економската литература често се среќава и под поимите внатрешно, односно корпоративно претприемништво. Овој вид претприемништво е главна врзан со големите претпријатија, но не е исклучена можноста за негова појава и во малите и средните претпријатија.

Современата претприемничка теорија посебно внимание им придава и на неколкуте други видови претприемништво кои, главно, произлегуваат од претходно споменатите два вида. Тука пред сè се мисли на: технолошкото, етничкото, женското, општественото и меѓународното претприемништво.

Со оглед на значителниот третман на индивидуалното претприемништво во домашната литература, нашето внимание ќе го задржиме на останатите видови претприемништво: претприемништвото во претпријатие кое постои, технолошкото претприемништво, етничкото претприемништво, женското претприемништво, општественото претприемништво и меѓународното претприемништво.

Претприемништво во претпријатие кое постои (*intrapreneurship*)

Причина за појавата на овој вид претприемништво е растот на претпријатијата, кои од мали и средни прераснуваат во големи претпријатија (корпорации). Притоа, треба да се има предвид дека растот на претпријатијата е резултат на нивната успешност во создавањето и искористувањето на можностите. Но, чести се примерите кога со растот, заради големиот обем на работа и растечката администрација (бирокрација), претпријатието го губи својот претприемнички дух. Иновациите се сè поретки, ризикот намален, а претпријатието станува инертно (бавно) во преземањето на промените поврзани со комбинацијата, рекомбинацијата и замената на факторите на производство. За да може да одговори на новите предизвици на пазарот, ваквото претпријатие мора



да се трансформира. Еден од начините за трансформација е развојот на претприемништвото внатре во претпријатието. На тој начин, тоа има за цел во своето работење да ги задржи силните страни карактеристични за малите и средните претпријатија, како што се: креативноста, иновативноста, брзата реакција на промените на пазарот и слично, и на нив да им ги придобие силните страни од своето работење како големо претпријатие, како што се: моќта на пазарот (поголемата конкурентна способност) и големите финансиски и други ресурси.

Според тоа, јасно е дека терминот *intrapreneurship* (претприемништво во претпријатие кое постои) главно е врзан со големите претпријатија (корпорациите), од каде често во литературата може да се сретне и под поимот **корпоративно претприемништво**. Но, не е исклучена можноста овој вид претприемништво да се јави и во мали и средни претпријатија, како резултат на претприемничките способности и активности на вработените¹. Конечно, бидејќи станува збор за претприемништво кое се јавува внатре во постојното претпријатие, овој вид претприемништво се среќава и под поимот **внатрешно претприемништво**.

Технолошко претприемништво (претприемништво во високотехнолошки претпријатија)

Новите технологии ја наметнаа потребата од појава на еден специфичен вид претприемништво - технолошко претприемништво (претприемништво во високотехнолошки претпријатија). Причина за појавата на овој вид претприемништво, во основа, лежи во т.н. *структурни промени во економијата*, односно во напредокот на технологијата. Новите технологии претставуваат можност за развој на технолошкото претприемништво, од најмалку три причини. *Прво*, заради нивната голема финансиска моќ, големите претпријатија најчесто први стигнуваат до новите технологии. Со цел да ги намалат своите производни трошоци честопати за нив е поисплатливо делови од нивните производи да ги произведуваат други, обично мали претпријатија, што практично претставува можност за развој на технолошко претприемништво. *Второ*, големите претпријатија со цел да ја задржат водечката позиција на пазарот, или пак да останат во чекор со конкуренцијата, честопати самите ги создаваат новите технологии, во сопствени научноистражувачки и развојни центри. Бидејќи станува збор за создавање на високи технологии, произлегува дека големите претпријатија го стимулираат развојот на

¹ Carter S., and Jones - Evans D. (2000): Enterprise and Small Business, Prentice Hall, p. 244.



технолошкото претприемништво или поточно речено - развојот на технолошкото претприемништво во претпријатијата кои постојат. Трето, новите технологии, односно технолошкото претприемништво, може да потекне и од индивидуалните претприемачи, односно од малите и средните претпријатија, што заради ограниченоста на ресурсите со кои располагаат е поредок случај.

Треба да се има предвид дека во земјоделскиот и индустрискиот сектор новите технологии напредуваат многу побрзо отколку во услужниот сектор, што значи дека технолошкото претприемништво е позастапено во овие два сектора. Тоа е така заради фактот што во услужниот сектор повеќето од услугите кои ги произведуваат претпријатијата не можат да се заменат со машини, односно со нови технологии, па оттука технолошкото претприемништво е помалку застапено во услужниот сектор².

Етничко претприемништво

Во поново време, значителен дел од истражувањата во областа на претприемништвото се однесуваат на еден посебен вид претприемништво, во претприемничката литература познат како - етничко претприемништво. Потребата за проучување на овој вид претприемништво е особено значајна за земјите кои имаат голем прилив на имигранти, што обично резултира со: 1) растечки број на бизниси кои ги отвораат претставниците на различни етнички групи и 2) различно однесување на различните етнички групи, кога се во прашање бизнис можностите кои им стојат на располагање.

Може да се рече дека постојат четири основни пристапи кои го третираат проблемот на етничкото претприемништво. Тие се: културниот пристап, структурниот пристап, пристапот на етничка енклава и ситуациониот пристап³.

Културниот пристап, како основа за развој на етничкото претприемништво ги зема културните ресурси, односно културните предиспозиции (карактеристики) на етничките групи. Покрај тоа, овој пристап верува и дека чувството на странци кое имигрантите од

² Со цел развој на претприемништвото во високотехнолошките претпријатија, чест е случајот државата да отвора т.н. бизнис инкубатори, каде на претприемачите им се овозможуваат потребни услови за работа, како: простор, сметководствени, правни и финансиски услуги, консалтинг итн. Во зависност од намената, постојат повеќе видови на инкубатори кои се значајни за развојот на технолошкото претприемништво. Такви се: научните паркови, бизнис и иновативните центри, технолошките центри и други.

³ Waldinger, R., and Bozorgmehr, M. (1996): *Ethnic Los Angeles*. New York: Sage.



различните етнички групи го имаат во земјата-домаќин, ја засилува нивната солидарност и меѓусебна соработка во бизнисот.

Структурниот пристап основата за развој на етничкото претприемништво ја подразбира како еден вид одговор на имигрантите (етничките групи) насочен кон земјата-домаќин, заради нивното исклучување од општествените текови.

Пристапот на етничка енклава, пак, тргнува од тоа дека видот на бизнисите отворени од страна на првите (старите) имигранти припадници на некоја етничка група, во голема мера ги определува економските можности и позиции на идните (новите) имигранти од истата етничка група.

Конечно, ситуациониот пристап во однос на развојот на етничкото претприемништво ја нагласува врската меѓу видот на бизнис можноста од една и економските и културните ресурси на етничките групи, од друга страна.

Женско претприемништво

Постои битна разлика меѓу женското и машкото претприемништво. Истражувањата во оваа област покажуваат дека жените и мажите отвораат бизниси во различни сектори на економијата, развиваат различни производи, имаат различни цели и различна структура на бизнисот. Постојат многу причини за тоа, но како најзначајни можат да се издвојат: технолошкиот развој, економските фактори, демографските фактори и други фактори⁴.

Технолошки развој

Новите технологии овозможуваат развој на нови производи и креираат можности за отворање нови бизниси. Во исто време, современите информациски и комуникациски технологии (Интернетот) ги намалуваат трошоците во работењето на претпријатијата. Истражувањата покажуваат дека женските претприемачи многу поретко се решаваат да водат бизниси во високотехнолошките сектори.

Економски фактори

Во економските фактори кои имаат силно влијание врз развојот на женското претприемништво влегуваат: економскиот развој,

⁴ Verhuel, I., et. al. (2005): *Explaining Female and Male Entrepreneurship at the Country Level*, Discussion Paper on Entrepreneurship, Growth and Public Policy, Max Planck Institute of Economics, p.3.



невработеноста, нивото на развој на услужниот сектор, нивото на сивата економија, економската транзиција, учеството на жените во вкупната работна сила и други. Заради поголемата важност, во продолжение ќе се задржиме на првите три споменати економски фактори:

- Врската меѓу економскиот развој и женското претприемништво може да се третира двострано. Од една страна, економскиот развој води до пораст на платите на работниците (жените), што ја намалува нивната заинтересираност за отворање на сопствени бизниси. Од друга страна пак, економскиот развој води до развој на услужниот сектор, каде жените се чувствуваат посигурни во водењето сопствен бизнис.
- Големата невработеност во економијата од една страна влијае врз намалувањето на женското претприемништво (високата невработеност е карактеристична за неразвиените економии кои не нудат можности за отворање нови бизниси), а од друга страна влијае поттикнувачки врз невработените жени да размислуваат за отворање сопствен бизнис.
- Добро развиениот услужен сектор во економијата позитивно влијае врз развојот на женското претприемништво. Како што претходно истакнавме, услужниот сектор не се одликува со високи технологии, а женските претприемачи многу поретко се решаваат да водат бизнис во високотехнолошките сектори. Оттука, колку повеќе се развива услужниот сектор, толку побрзо расте бројот на жени претприемачи во економијата.

Демографски фактори

Во демографските фактори кои влијаат врз развојот на женското претприемништво влегуваат: фамилијарниот статус на жената, староста, нејзиното образование, етничката припадност и други⁵.

Фамилијарниот статус е еден од најзначајните фактори кои влијаат врз женското претприемништво. Мажените жени и жените мајки имаат значително помали можности за отворање сопствен бизнис.

Други фактори

Во други фактори кои влијаат врз развојот на женското претприемништво влегуваат: претходното искуство на жената во однос на водењето сопствен бизнис, нерамноправниот статус на жените во

⁵ Grilo, I., and Thurik A. (2005): Entrepreneurial Engagement Levels in EU, International Journal of Entrepreneurship Education.



однос на мажите кога се во прашање можностите за добивање кредити за започнување сопствен бизнис од страна на банките, недостаток на знаења од областа на менаџментот итн.

Општествено претприемништво

За разлика од останатите видови претприемништво, кои главно се насочени кон остварување на економска корист за сопственикот на бизнисот, општественото претприемништво е насочено кон остварување на општествена корист, односно остварување на општествени промени чија основна цел е подобрување на квалитетот на живот на граѓаните. Според тоа, ако успехот на „бизнис претприемачот“ е мерлив единствено преку остварениот профит, тогаш успехот на „општествениот претприемач“ е мерлив единствено преку неговото влијание врз промените во општествениот живот. Секако, за да ги оствари своите цели општествениот претприемач мора да обезбеди финансиски средства, односно да оствари профит. Но, разликата меѓу бизнис претприемачот и општествениот претприемач, кога е во прашање остварувањето на профитот, е таа што крајната цел на остварениот профит од страна на општествениот претприемач не е задоволување на неговите лични потреби, туку подигнување на општото ниво на живеење.

Општествените претприемачи дејствуваат во различни општествени области како: здравството, образованието, науката, животната средина, културата, уметноста итн. Во центарот на напорите на општествениот претприемач е општествениот напредок. Инвестициите кои ги преземаат општествените претприемачи не се краткорочни, туку обично имаат долгорочен карактер, пред сè заради нивната желба да создадат долгорочни подобрувања во општественото живеење.

Меѓународно претприемништво

Меѓународниот бизнис веќе не е привилегија само на големите претпријатија. Денес, голем број мали претпријатија сè почесто ги препознаваат можностите што ги нуди глобалниот пазар и преземаат најразлични бизнис активности надвор од границите на своите земји. На тој начин тие освојуваат нови пазари, ги унапредуваат постојните технологии, го намалуваат ризикот од работењето, ги намалуваат трошоците, ги подобруваат можностите за обезбедување на финансиски средства и сл. Како резултат на тоа, во поново време, во економската литература се појави терминот „меѓународно претприемништво“ што се однесува на претприемачите кои вршат бизнис активности надвор од



границите на својата земја. Тука пред сè се мисли на бизнис активностите поврзани со извозот, давањето лиценци, отворањето продажни места во странски земји и странските директни инвестиции⁶.

Резиме

Претприемништвото претставува процес на откривање на можности и преземање активности (ризик) за реализација на тие можности, со рационална употреба на ресурсите.

Може да се рече дека постојат два вида претприемништво: индивидуално претприемништво (entrepreneurship) и претприемништво во претпријатие кое постои (intrapreneurship), додека неколку вида претприемништво произлегуваат од претходно споменатите два вида. Тука пред сè се мисли на: технолошкото претприемништво, етничкото претприемништво, женското претприемништво, општественото претприемништво и меѓународното претприемништво.

Користена литература

Carter S., and Jones - Evans D., (2000): *Enterprise and Small Business*, Prentice Hall.

Grilo, I., and Thurik A., (2005): Entrepreneurial Engagement Levels in EU, International Journal of Entrepreneurship Education.

Hisrich R., D. and Peters M., P., (2002): *Entrepreneurship*, fifth edition, McGraw-Hill.

Verhuel, I., et. al. (2005): *Explaining Female and Male Entrepreneurship at the Country Level*, Discussion Paper on Entrepreneurship, Growth and Public Policy, Max Planck Institute of Economics.

Waldinger, R., and Bozorgmehr, M., (1996): *Ethnic Los Angeles*. New York: Sage.

⁶ Hisrich R., D. and Peters M., P. (2002): *Entrepreneurship*, fifth edition, McGraw-Hill, pp. 99-104.



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет

Доц. д-р Круме Николоски

МЕНАЏМЕНТ НА ЗДРАВСТВЕНО-ИНФОРМАЦИСКИ СИСТЕМИ

- ОД ПОДАТОЦИ, ПРЕКУ ИНФОРМАЦИИ ДО ЗНАЕЊЕ -

Апстракт

Информациите имаат директен придонес за раст и развој на секоја земја. Сите развиени земји ги третираат информациите и знаењето како примарни развојни фактори.

Секоја здравствена информација ја следи работата на јавно-здравствениот систем. Информацијата е потребна на здравствениот менаџмент за поставување на цели, развој на здравствени програми и управување со средствата. Реално гледано, секоја држава треба да овозможи здравствените информации да се дистрибуираат до сите заинтересирани страни. За анализа и дискусија, здравствените информации треба да бидат достапни до медиумите, јавноста и јавно-здравствените професионалци.

Клучни зборови: *здравствени информации, јавно-здравствени професионалци, здравствено-информациски систем, здравствени индикатори, здравствени детерминанти, јавно-здравствен систем, здравствен статус, групи на интерес, меѓусекторска соработка, здравствена метрична мрежа, податоци, знаење*

Abstract

The information has a direct contribution for growth and development of each country. Every developed country treats the information and knowledge as the primary factors for development.

Any health information follows the work of public health system. Information is necessary for the health management - for goals setting, development of health programs and assets management. Every country should provide the distribution of health information to all stakeholders. In order to be analyzed and discussed, health information should be available to the media, public and public health professionals.

Key words: *health information, health information system, public health professionals, health indicators, health determinants, public health system, health status, stakeholders, inter-sector collaboration, health metrics network, data, knowledge*



Вовед

Владите ширум светот ја согледуваат потребата од здравствени информации за ефикасно управување и планирање на јавно-здравствените установи. Општиот интерес за информациите се изразува преку нивната перманентна употреба во рамките на една научна област, конкретно во нашиот случај во здравството и здравствената заштита.

Потребата од јавна доверба наметнува такви стратегии со кои ќе се обезбеди квантитет, квалитет и ефикасна здравствена заштита со максимална искористеност на средствата. Но, исто така сето ова подразбира и следење на сите составни елементи, како што се објектите (болнички згради), персоналот (здравствениот кадар), услугите, стратегиите (еднаквост), финансиите, организацијата, администрацијата, регулативата, обезбедувањето квалитет и унапредувањето на здравје.

Овие составни елементи, интерактивно го поврзуваат јавно-здравствениот систем, како една целина. Интеракцијата е возможна само преку информација и современа информациско-комуникациска технологија.¹

Во овој процес, добриот здравствено-информациски систем овозможува сите значајни партнери во јавно-здравствениот систем да бидат информирани дека корисниците на здравствени информации имаат пристап до сигурни, корисни, разбирливи, квалитетни и компаративни податоци.

Опфат и содржина на здравствено-информациските системи

Системот на јавното здравство е базично поле на активности за современите општества. Неговата рамка, спектар и методи се витални во намалувањето на морбидитетот и морталитетот на популацијата, а кои се покажале исклучително ефективни во минатиот век. Во јавното здравство новите информации, идеи, технологии и знаења се постојани и променливи, а воедно и есенцијални за општественото и индивидуалното здравје.

Во однос на претходно кажаното, од посебно значење е разбирањето дека **јавно-здравствените информации** ја претставуваат основата на здравствените информациски системи, вклучувајќи ги општествените и базичните медицински науки, како и демографијата и епидемиологијата,

¹ Посебно значење ѝ се дава на информацијата како потенцијал на ново знаење. Таа ја прикажува и новата форма на проширувањето на знаењето што се стекнува низ генерациите во минатото, сегашноста и иднината. Сè би било бесмислено без знаење и учење, односно без информациски систем, имајќи предвид дека сопствениот информациски систем е универзален феномен, подарок од природата.



а притоа нуди широк спектар на индикатори за здравствената состојба и мерки за успешноста на здравствените интервенции.

Сакам да потенцирам дека проучувањето и добивањето на сознанија од областа на здравствената заштита е функција на сите јавно-здравствени професионалци. За остварување на оваа функција веќе повеќе декади јавно-здравствените агенции и институциите за истражување ја искористуваат информациската технологија за да ги олеснат активностите за менаџмент на податоците (собирање на податоци, анализа, известување и друго). Истовремено, јавно-здравствените информациски системи се создаваат за да ги поддржат специфичните потреби од специфични програми за болести во рамките на здравствените оддели, на пример, скрининг на новородените, недостатоци при раѓањето, витална регистрација, имунизација, набљудување на поврзани заболувања, набљудување на хронични заболувања, здравствено образование, превенција од повреди и друго. Многу од овие системи содржат непотребни податоци, но како и да е, различните форми на податоци и стандарди ја исклучуваат интеграцијата на податоци преку системите за поддршка и истражување на одлуките во јавното здравство. На овие системи им недостасува способноста да обезбедат податоци во вистинско време назад до обезбедувачите на услуги за координација на здравствената заштита и превенција од болести.²

Регионалната канцеларија на СЗО за Европа го воспостави системот за презентација на податоците „Здравје за сите“, во кој на еден унифициран начин се прикажани здравствените индикатори за сите земји.³ Здравствените индикатори на СЗО обезбедуваат меѓународно прифатени стандарди за различни аспекти на здравствениот статус.⁴ Европската база на податоци „Здравје за сите“ е широко применувана за меѓународна дистрибуција и споредба на здравствените индикатори. Интернетот и другите телекомуникациони мрежи ја претставуваат реалноста на „глобалното здравје“. Глобалното здравје сè повеќе е зависно од информациите. Здравјето на целото човештво е поврзано со создавање на глобално вмрежено општество.

Поаѓајќи од горенаведеното, многу е тешко да се замисли истражување во која било област, без да се употреби компјутерот и глобалната мрежа (Интернет), каде што можат да се најдат многубројни проверени здравствени информации, коишто можат да ни помогнат да дојдеме до остварување на одредени резултати.

Многу земји, вклучувајќи ја и Република Македонија, можат да го

² Building A Roadmap For Health Information Systems Interoperability For Public Health (Public Health Uses Of Electronic Health Record Data), White Paper, 2007

³ Истите се достапни на www.who.dk

⁴ WHO 1984, WHO 1993d



изберат најдоброто од искуствата на другите земји за да воспостават современ и ефикасен интегриран здравствено-информациски систем. Во овој процес најважни барања се политичката волја и посветеноста на здравствените менаџери, обезбедување на соодветни ресурси и обуки, експлицитни политики и одговорности за стандардите на податоците и нивна употреба. Оттука, сите национални јавно-здравствени системи треба да имаат механизми за правилно собирање и анализа на податоците, потребни за следење на појавата и структурата на болести.

Здравствените информации играат централна улога во способноста на јавно-здравствениот систем да врши испорака на ефективна здравствена заштита и да обезбеди здраво население. Тие се користат за различни цели на здравствена заштита: да обезбедат одговорност во рамките на системот; да детерминираат соодветни третмани за пациентите; да го олеснат изборот на пациентите; да ја олеснат контролата на здравствените менаџери.⁵

Успешноста на јавно-здравствениот систем во достигнувањето на сите гореспоменати цели може да се измери врз база на **мерливи здравствени индикатори**. Тие помагаат во мерење на промените во здравствениот статус, директно или индиректно, и помагаат во проценка на степенот до кој целите на една здравствена програма се постигнати. Во рамките на стратегијата на СЗО „Здравје за сите“ се прават напори да се воведат квантифицирани мерки и индикатори за следење на напредокот кон зацртаните цели.⁶ Земјите-членки на СЗО генерално ја прифаќаат зацртаната цел и го имаат усвоено системот на индикатори за проценка на постигнатиот напредок во развојот на здравството.⁷

Сметам дека е потребно индикаторите да се следат и проценуваат во еден континуитет, како составен дел од професионалните активности на здравствените служби. Од есенцијално значење е тие да бидат научно издржани и засновани на практично искуство и да опфатат различни аспекти на системот на здравствената заштита, почнувајќи од унапредување на здравјето, превенција од болести, лекување и рехабилитација.

Тие се основна алатка на менаџментот, којшто е одговорен за донесување одлуки и спроведување акции во насока на креирање и развој на здравствената политика. Од овие причини, со цел за успешно менаџирање и користење на здравствените индикатори, тие се поделени во неколку групи, и тоа: демографски и социо-економски индикатори;

⁵ Euro Observer, The Health Policy Bulletin of the European Observatory on Health Systems and Policies, Spring 2008, Volume 10, Number 1, p.1

⁶ WHO 1984, WHO 1993 d, Nutbeam 1986

⁷ WHO 1984, WHO 1993 d



индикатори базирани на морталитет; морбидитет и лекување во болница; инвалидитет и работна способност; животен стил; животна средина; организација на јавно-здравствената заштита; здравствените работници во здравствената заштита и искористување на капацитетите во здравствените установи.

Овие индикатори се искажуваат во соодветни процентни поени и се користат за опишување на релативната состојба на државата во споредба со други земји. Исто така, овозможуваат јасни информации за тоа каква е здравствената состојба на земјата во однос на нејзиното ниво на економска развиеност, морталитетот и функционалниот статус или вкупните здравствени трошоци по глава на жител. Индикаторите дозволуваат споредба меѓу различни земји и во рамките на една земја во различни временски периоди. Индикаторите, како што се: морбидитетот, морталитетот или имунизационата покриеност и други, се користат за следење на функционалноста на јавно-здравствениот систем.

Со овие добиени научни сознанија се разјаснуваат прашања поврзани со подобрување на здравствената состојба на населението и продолжување на животниот век.⁸ Основен индикатор што се употребува е должината на животниот век, а целта која е поврзана со индикаторот и критериумот во европскиот регион на СЗО е цел бр.1: „До 2000 година, разликите во здравствениот статус меѓу различните земји и во рамките на една земја треба да се намалат за најмалку 25%, со подобрување на нивото на здравјето на народите и групите кои се наоѓаат во неповолна положба”.⁹ Мерењето на здравствениот статус содржи **два елемента**: времетраење на отсуство на болест или квалитет на животот и јачина на болест или инвалидитет.¹⁰

Доколку се евалуираат овие состојби, од аспект на нивната појава и развој кај пациентите, тие можат да дадат важни податоци за воспоставените здравствени стандарди во секој јавно-здравствен систем. Студиите за следење на состојбите се неразделен дел на сите нивоа

⁸ Глобалното продолжување на очекуваното траење на животот за 30 години во последните години ни покажува дека светот живее поздравно за разлика од порано. Драматичното продолжување на очекуваното траење на животот во последниот век се забележува и во развиените земји, но и во земјите во развој. Првенствено, тоа може да се препише на подобрување на превентивните мерки, а не на напредокот во клиничката медицина. Многу често лекарите мошне вешто користат многу специфични материјални методи за лекување. Меѓутоа, секоја болест не реагира на медицината и на хирургијата и токму во тоа е суштината на ограниченоста на тие методи. Но, голем број од лекарите се согласуваат дека многу лесно може да се продолжи животниот век доколку се однесуваме повнимателно кон сопственото здравје, а секако од голема помош ќе ни биде добивање на соодветна информација. Се проценува дека најголемиот дел од продолжувањето на очекуваното траење на животот е резултат на превенцијата.

⁹ WHO 1993 d

¹⁰ WHO 1984, Nutbeam 1986, Basch 1990, World Bank 1993, Bourgade, Rainhorn and Roberts



на јавно-здравствен систем во рамките на една земја, до таа мера што отсуството на организиран систем на следење и ревизија на податоците се смета за сериозен недостаток на современиот здравствен менаџмент. Во многу јавно-здравствени области се прават големи напори за да се развијат поголем број индикатори за мониторинг и евалуација на целите, но само доколку се обезбедат точни податоци коишто ќе овозможат проценка на извршувањето на програмата. Ова не е примарна цел на мерливиот јавно-здравствен систем. Целта е да се развие **минимален број на индикатори**, кои се споредливи помеѓу популациите и ги идентификуваат клучните мерки на прашањата и стратегиите кои се бараат за извештај на регуларноста на статусот на јавно-здравствениот систем.

Здравствените профили се корисни при откривање и следење на појавата на хронични заболувања, како и при мерење на ефектите на јавно-здравствените услуги кај овие заболувања. Ова е потребно за проучување на превентивните и терапевтските здравствени услуги, како на пример: лекување на хипертензија заради спречување срцев удар или други сродни состојби.¹¹

Мерењето на резултатите на управување со јавно-здравствениот систем преку индикатори е засновано на законски правила. Во многу случаи тоа се потпира на експертска анализа на расположливи извори и експертска проценка. Кога станува збор за индикатори за управување засновани на резултатот, овие извори треба да бидат дополнети со други извори на податоци, како што се извештаи за здравствените установи, извештаи за јавните трошоци или проценка на клиентите.¹²

Во прилог на ова, податоците потребни за различните потреби, вклучуваат информации за подобрување на обезбеденоста со услуги за индивидуални клиенти, статистика за планирање и менаџирање со јавно-здравствените услуги, како и мерки за формулирање и проценка на јавно-здравствената политика. За секој од овие три домени на мерење (здравствени детерминанти, јавно-здравствен систем и здравствен статус) се потребни клучни индикатори за напредок и проценка на промените.¹³

Оттука, треба да потенцирам дека клучните индикатори се тие што ќе ги одразуваат промените во секој од овие три домени и ќе бидат неразделно поврзани со националната статистичка стратегија. Како и секој индикатор, така и здравствените индикатори треба да бидат оправдани, сигурни, специфични, чувствителни и достижни за мерење. Исто така, тие треба да бидат релевантни и корисни за донесување одлуки на секое ниво на собирање на податоци или конкретно кажано, онаму каде што

¹¹ Tulchinsky TH, Varivikova EA. The New Public Health. Academic Press: San Diego, CA, 2000, p. 894

¹² Health Systems Governance, World Health Organization, 2008, p. 3

¹³ Assessing the national health information system: an assessment tool, World Health Organization 2008, p.25



постои јасна потреба од здравствени податоци, за што ќе стане збор во понатамошното мое излагање.

Современиот јавно-здравствен систем е комплексен систем којшто вклучува многу групи на интерес, како што се: пациенти, професионалци за здравствена заштита, обезбедувачи на здравствена заштита и купувачи на здравствени услуги, регулативи и закони, централни и локални влади. Секоја од овие групи има различни потреби во однос на природата на информациите, нивна релевантност и деталност, временскиот рок и нивото на агрегација кое тие го бараат. Националните и меѓународните групи на интерес треба да бидат дел од дефинирањето на клучните индикатори и бројот на индикатори, коишто ќе одговараат на целите на националните планови или меѓународните цели.

Во практиката на многу земји, на здравствено-информациските системи им недостасува кохезија, развивајќи се елемент по елемент, моделирани преку административен, економски, законски притисок и притисок на донаторите и исти се непроменливо многу комплексни. Еден начин да се поедностави ова прашање е да се опишат димензиите на **побарувачката**: на кого му се потребни податоци и зошто им се потребни?; димензиите на **понудата**: алатките и методите расположливи за да ги создадат потребните информации; и димензии на **ниво**: нивото на системот до кој податоците се создаваат и употребуваат.¹⁴

Оттука, основниот предизвик во мерливото функционирање е како да се дизајнира систем, претставен во следнава табела, којшто ќе ги задоволи сите овие различни потреби.¹⁵

Групи на интерес	Зошто им се потребни информациите?	Кои податоци им се потребни?
Влада	Во зависност од улогата на владата во здравствената заштита, потребите можат да вклучат мониторинг на: <ul style="list-style-type: none"> законските процедури финансиските процедури информациското собирање регулативна ефективност и ефикасност 	Информации за: <ul style="list-style-type: none"> функционирање на национални и меѓународно ниво пристап и еднаквост до здравствена заштита искористување на услуги и време на чекање

¹⁴ Policy and Practice, Theme Papers, Health information systems: the foundations of public health, Carla AbouZahr¹ & Ties Boerma¹, 2005

¹⁵ Euro Observer, The Health Policy Bulletin of the European Observatory on Health Systems and Policies, Spring 2008, Volume 10, Number 1, p.2



Регулативи	<ul style="list-style-type: none"> • Да се заштити безбедноста на пациентот и благосостојба • Да се обезбеди пазар за функционирање на ефикасноста 	Повремени, сигурни и континуирани информации за безбедноста на пациентот и благосостојбата
Плаќачи (плаќачи на даноци или членови на осигурителни фондови)	<ul style="list-style-type: none"> • Да се осигури дека парите се трошат ефективно и ефикасно и во согласност со очекувањата на плаќачите 	Агрегатни компаративни мерки на функционирање Информации за: <ul style="list-style-type: none"> • продуктивно и исплатливо • пристап и еднаквост до здравствена заштита
Купувачи на јавно-здравствени услуги	<ul style="list-style-type: none"> • Да се осигури дека договорите кои тие ги нудат на пациентите се во согласност со целите на нивните пациенти и очекувањата на плаќачите 	Информации за: <ul style="list-style-type: none"> • искуство и задоволство кај пациентот • функционирање на обезбедувачот • исплатливо на третманите
Обезбедувачи на здравствена заштита	<ul style="list-style-type: none"> • Да се направи мониторинг и да се подобрат постоечките услуги • Да се проценат локалните потреби 	Агрегатни податоци за клиниката Информации за: <ul style="list-style-type: none"> • искуство и задоволство кај пациентот • пристап и еднаквост до здравствена заштита • искористување на услуги и време на чекање
Лекари	<ul style="list-style-type: none"> • Да останат будни на податоците со тековната практика • Да бидат способни да го подобрат функционирањето 	Информации за: <ul style="list-style-type: none"> • тековната практика и најдобрата практика • компаративно функционирање
Пациенти	<ul style="list-style-type: none"> • Способност да се направи избор на обезбедувач кога е потребно • Обезбедување на добра итна заштита 	Информации за: <ul style="list-style-type: none"> • локација и квалитет на најблиските итни здравствени услуги • квалитет на можностите за избор на заштита

Сите овие главни групи на интерес треба да учествуваат во проценката на здравствено-информацискиот систем и да планираат за негово зајакнување. Затоа, групите на интерес ги вклучат сите процедури, корисници и финансиери на здравствените информации и статистиката, тела во владините министерства и агенции; донатори и развојни партнери, како што се: мултилатерални и билатерални агенции; НВО; академски институции; професионални здруженија; други корисници на информации поврзани со здравјето; граѓанско општество, вклучувајќи ги застапничките групи поврзани со здравјето и јавноста.



Постигнувањето на заеднички успех во благосостојбата на заедницата и добросостојбата на поединецот се должи на нивната **интезивна меѓусекторска соработка**, односно соработка на здравствениот сектор со економските сектори за постигнување на целите во здравството.¹⁶ Исто така, во центарот на нашето знаење е здравственото образование, кое ни овозможува обезбедување информации за подобро разбирање на функциите на организмот, здравствените принципи, методите за намалување на факторите на ризик и промовирање здрав начин на живот.¹⁷

Секогаш добро структурираните и достапни информациски системи овозможуваат да ги интензивираат активностите насочени кон обработка на важни настани и процеси во јавно-здравствениот систем. Тие можат значително да ја подобрат флексибилноста и релевантноста во планирањето и обезбедувањето на квалитетни здравствени услуги. Исто така **добро информиран и здравствено упатен корисник** е подобар партнер со здравствениот систем за постигнување на подобра здравствена состојба, отколку неинформираниот и апатичен пациент.¹⁸

За овој процес беа предложени клучни индикатори поврзани со мерливи стратегии, коишто ќе им помогнат на земјите, глобалните здравствени иницијатори и другите групи на интерес да извршат мониторинг и директно да инвестираат во здравствениот систем. **Главните цели на мерливиот јавно-здравствен систем** е да ги опише индикаторите, мерливите достигнувања и стратегии коишто: дозволуваат воспоставување на статистички профил на јавно-здравствениот систем на една земја; дозволуваат мониторинг на истиот; го покажуваат јазот во однос на расположливите податоци и квалитетот и укажуваат на потребни инвестиции во мерливи стратегии; придонесуваат за глобален консензус за тоа како да се мониторира системот и како да се утврдат критериумите за негово зајакнување.¹⁹

Уверен сум дека функционирањето на јавно-здравствениот систем не е поврзано со организацијата на одделна функција, туку исто така и со начинот на која секоја здравствена информација придонесува за извршување на друга функција.

¹⁶ WHO 1984, Antonazas et al 1992

¹⁷ Незнаењето е најголемата болест. Кога ќе го отстраниме незнаењето, во истиот момент ќе ги отстраниме и причините за сите физички, ментални и духовни болести. Обезбедувањето на информации и знаење овозможува промовирање на здрав начин на живот, а со тоа ќе се поседува природна отпорност кон болестите, а особено кон инфекциите. Да се зачува физичката, творечката енергија, значи да се обезбедат сите клетки со животната енергија, при што телото ќе поседува огромна отпорност кон болестите.

¹⁸ Tulchinsky TH, Varivikova EA. The New Public Health. Academic Press: San Diego, CA, 2000, p. 896

¹⁹ Measuring Health Systems Strengthening And Trends: A Toolkit For Countries, World Health Organization, 2008, p. 1



Во оваа пригода би ја споменал здравствената метрична мрежа (The Health Metrics Network -HMN) основана во 2005 година, со цел да им помогне на земјите и другите партнери да го подобрат глобалното здравје преку зајакнување на системите, коишто ќе создадат здравствено поврзани информации, со цел да се донесат одлуки засновани на докази.

Здравствената метрична мрежа е првиот глобален здравствен партнер, којшто се фокусира на **две суштински барања** за зајакнување на здравствениот систем во земјите со среден и средно-низок доход. Прво, потреба од целосен здравствено-информациски и статистички систем, отколку фокусирање само на специфични болести. Второ, да се концентрираат напорите за зајакнување на раководството на земјата за производство на здравствени информации и нивна употреба.

Со цел да се излезе во пресрет на овие две суштински барања и унапредено глобално здравје, јасно е дека постои итна потреба за постоење на повеќе партнери и нивна координација околу постигнување на согласност за прифаќање на „рамка“ за развој и зајакнување на здравствено-информацискиот систем. Целта е „рамката“ да биде универзално прифатен стандард за раководење при собирање, известување и употреба на здравствените информации од страна на земјите и глобалните агенции. Преку нејзината употреба се предвидува сите различни партнери кои работат во рамките на земјата да бидат способни подобро да ги хармонизираат своите напори, отколку да постои една поделена визија на стабилен и ефективен национален здравствено-информациски систем.

Од податоци, преку информации до знаење

Треба да се знае дека информациите неопходни за функционирање на здравствено-информацискиот систем можат да се добијат од различни сектори и агенции кои имаат одговорност во создавање, синтеза, анализа и употреба на податоците. Информациите можат да бидат дистрибуирани од Министерството за здравство, националните статистички институции и од меѓународните агенции за здравје. Основна цел на здравствено-информациските активности е организација, рационализација и функционирање на здравствените служби на еден оптимален начин, односно начин којшто ќе овозможи подобрување на квалитетот на услугата што ја даваат јавно-здравствените работници, како и намалување на трошоците на здравствена заштита.

Како и да е, податоците, информациите и знаењето ја претставуваат и **основата на веродостојност**, а тоа ја наметнува констатацијата дека менаџментот и јавно-здравствените професионалци се одговорни за резултатите, а исто така се задолжени за континуирано известување за



својата работа, активности и постигнувања. Секој менаџер во системот на здравствена заштита е должен да ги информира вработените за успехот на јавно-здравствената установа, за нејзината политика, цели, задачи и план.

Тоа истовремено ќе придонесе и до поголема мотивација и похармонично работење, а пак тие ќе придонесат до поквалитетни услуги и поквалитетна здравствена заштита.

Мора да се потенцира дека собирањето на податоците и интерпретирањето на информациите заземаат централно место во системот на здравствена заштита, пред сè поради нивната важност во **процесот на донесување на здравствени одлуки**. Тие претставуваат основа за класификација или категоризирање на проблемите коишто може да ги има пациентот или претставуваат основа за идентификација на одредени подгрупи во дефинирана популација.

Денес, најчесто се користи релативен модел на податоци којшто овозможува дефинирање на: структурата на податоци; операцијата чување и пронаоѓање; ограничувања поврзани со Интернет. Од семантички аспект, податок е сè она што е меморирано (чувано, регистрирано), но не е искористено, меѓутоа постои веројатност да се искористи. Кога податокот ќе се искористи станува информација. Информацијата е релевантна само тогаш кога му носи знаење на корисникот за да може да го промени неговото однесување, став, мислење и да реши некоја задача, определен проблем или да преземе соодветна акција. Информацијата се третира како специфична форма на знаење и тоа ново знаење кое се добива како производ на науката. Знаењето, како комбинација на податоци и информации е најважна карактеристика која треба да се искористи во текот на работниот процес и одлучувањето, односно во спроведувањето на акција. Информациите се идентификуваат со знаење во процесот на собирање, обработка и нивно искористување, но доколку не се промени знаењето на поединецот што ја примил информацијата, тогаш таа останува на ниво на податок.²⁰

Оттука, податоците се **суровина на здравствено-информацискиот систем**, тие имаат мала суштинска, внатрешна вредност. Само откако податоците ќе бидат составени, менаџирани и анализирани, тие ќе произведат информација. Информацијата има поголема вредност, посебно кога таа е интегрирана со други информации и е евалуирана во однос на прашањата што се однесуваат на здравствениот систем. Во оваа фаза, информацијата станува доказ дека истата може да биде

²⁰ Кога јас вам ќе ви го продадам телефонот, јас повеќе го немам. Кога јас ќе ви продадам информација, јас имам повеќе информација со фактот што јас ја имам и да знам дека сега и вие ја имате (Peter Drucker).



искористена за донесувачите на одлуки. Оваа синтеза на докази станува уште помоќна кога информацијата преку презентација, комуникација или дисеминација е пренесена на донесувачите на одлуки, во форма што ќе го промени нивното разбирање за здравствените прашања и проблеми. Ова го претставува **процесот на трансформација на доказите во знаење**. Откако еднаш ќе се применат, тие можат да дадат резултат во одлуките, коишто понатаму директно ќе влијаат врз здравјето и здравствената праведност. Вистинското влијание врз здравјето може понатаму да биде мониторирано од страна на здравствено-информацискиот систем преку мерење на промените во здравствените индикатори. Во моментот, здравствено-информациските системи во земјите со низок и среден доход имаат тенденција да бидат „богати со податоци“, но сиромашни со информации.²¹

Имено, секој систем, особено јавно-здравствениот систем, се бори за **точни, квалитетни, комплетни, навремени и корисни информации**.²² Овде се мисли на „здравствена информација“ или „здравствен податок“, односно на секој податок поврзан со здравствената заштита; здравствениот статус, вклучувајќи фактори на опкружување, социјални и економски фактори; здравствениот систем или здравствени трошоци и финансирањето.²³ „Агрегатните податоци“ означуваат податоци добиени преку комбинација на слични податоци на начин што ја исклучува специфичната идентификација на поединечниот пациент или обезбедувач на услуги.²⁴

На овој или на друг начин, податоците коишто се чуваат во здравствено-информацискиот систем можат екстензивно да се искористат за трансформација на она што генерално претставува „само податок“ во информација и докази за акции. Ова претворање на примарните податоци во информации и докази бара соодветна и едноставна алатка на методите коишто имаат за цел обезбедување релевантна повратна врска.²⁵

²¹ Framework and standards for country health information systems / Health Metrics Network, World Health Organization, 2008 p.43

²² Постојат многу погрешни сфаќања за потребните информации, нивно производство и презентација во процесот на донесување одлуки како во системот на здравствената заштита, така и во јавно-здравствениот систем. Едно од тие сфаќања е верувањето дека постои одреден минимум на податоци кои можат да служат за различни цели и во кое било време. Друго погрешно сфаќање е дека е релативно лесно да се знае кои информации се неопходни. И погрешно е сфаќањето доколку не може да се разбере семантиката на информациите и нивната трансформација во знаење.

²³ Health Information System Act, Information is the oxygen of the modern age. Ronald Reagan. Chapter 24, Article 14A NMSA 1978 may be cited as the «Health Information System Act».

²⁴ Health Information System Act, Information is the oxygen of the modern age. Ronald Reagan. Chapter 24, Article 14A NMSA 1978 may be cited as the “Health Information System Act”.

²⁵ Framework and standards for country health information systems / Health Metrics Network, World Health Organization, 2008 p.44



Во секој случај, треба да се нагласи дека иако сигурните информации се непроценлива алатка за подобрување на здравјето, нивната расположливост не гарантира дека тие ќе бидат искористени за подобрување на одлучувањето.²⁶ Еднаш кога здравствено-информацискиот систем ќе започне да ги конвертира податоците во информации, произведените информации треба да се употребат редовно на средби и да покажат каде персоналот и јавноста можат да ги видат истите. Следејќи ја оваа употреба, здравствено-информацискиот систем, квалитетот и употребливоста на неговите информации можат постепено да се подобруваат преку процесот на циклично учење.

Исто така секој систем бара исполнување на одредени норми и критериуми за веродостојност, со цел да им обезбеди на корисниците квалитетни здравствени информации. Овие информации со вакви карактеристики ја намалуваат неизвесноста и придонесуваат за нивна употреба во системот на здравствена заштита при изработка на определена здравствена програма или пак на национална здравствена стратегија.

Од овој аспект, основен принцип за функционирање на здравствено-информациските системи е воспоставување на **повратни врски** помеѓу корисниците на здравствените информации и здравствено-информацискиот систем. Според оваа логика, за користење на податоците, преку информациите до знаење, потребно е здравствено планирање, менаџмент и донесување на одлуки (дизајн на политика) на сите нивоа во системот на здравствена заштита, вклучувајќи мониторинг и евалуација на програмите, напредок на здравствениот сектор и здравствените установи.²⁷

На пример, зголемената загриженост за ХИВ/сидата ги здружува агенциите и секторите во имплементација, мониторинг и евалуација на интервенциите за превенција и контрола од епидемии. Ова го насочува вниманието на потребата да се обрне внимание на националниот статистички систем, којшто генерално треба да биде добро опремен за да излезе во пресрет на зголемените барања на политиката. Најголем дел од земјите на кои им се потребни добри статистички податоци имаат најслаб информациски систем.²⁸

²⁶ Во услови кога информациите ја зголемуваат неизвесноста, тогаш тие информации се лоши, некорисни и можат само да му наштетат на системот. На пример, доколку информациите се однесуваат на одреден пациент и доколку истите се неточни и некомплетни, можат да му наштетат во насока на подобрување на неговата здравствена состојба. Но, исто така информациите можат да бидат точни и комплетни, но не и навремени, така што повторно нема да ја имаат очекуваната вредност.

²⁷ Health Information System (Health Statistic), Dr. Sao Sovanratnak, Department of Planning and Health Information, 20 March 2008

²⁸ Tony Williams, Building health information systems in the context of national strategies for the development of the statistics, 2005



Динамичната поврзаност помеѓу побарувачката, понудата и квалитетот на информацијата треба да се означи со охрабрување на култура во којашто е потребна информацијата и чијашто употреба се промовира. Во практиката, ова ќе бара воспоставување на институционални механизми и стимулации за да се создаде култура на донесување одлуки врз основа на докази.

Таква анализа, интерпретација и застапување не зазема место на спонтан начин. За оваа цел е потребна комуникација и дисеминација на доказите на начин достапен за претпоставените во политиката и извршителите на одлуки – што генерално е запоставен аспект во повеќе здравствено-информациски системи.²⁹ Во овој контекст, Република Македонија треба да:

- гарантира дека јавно-здравствените професионалци и професионалците во другите сектори се стекнале со соодветно знаење, ставови и вештини за заштита и унапредување на здравјето;
- спроведе здравствено истражување, да воспостави информативни и комуникациски системи кои подобро ќе го поддржат стекнувањето, ефективното користење и дисеминацијата на знаења за поддршка на „Здравје за сите“;
- вклучи поединци, групи и организации низ јавните и приватните сектори и граѓанското општество во сојузите и партнерствата за здравје при спроведување на политиките „Здравје за сите“;
- ги спроведува политиките за „Здравје за сите“ на ниво на држава, регионално и локално ниво, поддржани од соодветни институционални инфраструктури, раководни процеси и иновативно лидерство.

²⁹ Framework and standards for country health information systems / Health Metrics Network, World Health Organization, 2008 p.45



Заклучок

Во овој труд се направени обиди да се појасни разбирањето на научните информации врз основа на добро развиени здравствено=информациски системи и да се потенцира нивното значење за донесувањето на одлуки. Анализирајќи ги сите овие активности, здравствените информации ја претставуваат основата на организираност, среденост и поврзаност на елементите во јавно-здравствениот систем, односно основата на интегритетот на здравствено-информацискиот системот. Ниту една јавно-здравствена установа и/или институција не може да опстане без организиран систем на информации.

Имено, за да се донесе некоја одлука во определен здравствен сектор, неопходни се здравствени информации, коишто пак може да ги обезбеди еден здравствено-информациски систем. Многу често постои и нешто што се нарекува неефективност на информацискиот системот во обезбедување на истите, а се јавува како резултат на слабата или лошата комуникација која потекнува од лекарите, статистичарите или од некои други фактори.

Потребата за интеграција на системите и за комуникација на информации во јавно-здравствениот систем станува очигледна, особено кога се проучуваат потребите на низа заинтересирани учесници, многу апликации и нивната важност.

Целта на секоја земја е да создаде доверлива и функционална здравствено-информациска средина, во којашто на сите групи на учесници ќе им се овозможи избор да го промовираат, заштитат, подобрат и одржат здравјето на поединецот и заедницата. Но, за да се создаде доверлива и функционална здравствено-информациска средина е потребно да се знае дека „главна цел на здравствено-информацискиот систем е да го обезбеди Министерството за здравство и другите нивоа на јавно-здравствениот систем со сигурни информации за здравствените проблеми и активности на здравствената служба, потребни за поддршка во планирањето, мониторингот на здравствени услуги и донесувањето одлуки“.³⁰

Токму поради сето ова што е кажано, употребата на клучните индикатори е значајна за зајакнување на националниот здравствено-информациски систем. Тие можат да бидат разгледани како столб на системот, обезбедувајќи минимум информации потребни за поддршка на макро и микро ниво на функционирање на јавно-здравствениот систем.

³⁰ Health Information System (Health Statistic), Dr. Sao Sovanratnak, Department of Planning and Health Information, 20 March 2008



Ваквото широко согледување придонесува сите земји, до одреден степен, да пристапат во реформирање на сопствените национално јавно-здравствени системи, односно да пристапат кон подобрување на функционалноста на здравствено-информациската средина, јавно-здравствената инфраструктура, здравственото образование, човековиот развој и економскиот развој.

Користена литература

- Building A Roadmap For Health Information Systems Interoperability For Public Health (Public Health Uses Of Electronic Health Record Data), White Paper, 2007
- Euro Observer, The Health Policy Bulletin of the European Observatory on Health Systems and Policies, Spring 2008
- Tulchinsky TH, Varivikova EA. The New Public Health. Academic Press: San Diego, CA, 2000
- Health Systems Governance, World Health Organization, 2008
- Assessing the national health information system: an assessment tool, World Health Organization, 2008
- Policy and Practice, Theme Papers, Health information systems: the foundations of public health, Carla AbouZahr¹ & Ties Boerma¹, 2005
- Measuring Health Systems Strengthening And Trends: A Toolkit For Countries, World Health Organization, 2008
- Ѓорѓиовски Благоја, Менаџмент информациона системи, Економски факултет, Скопје, 1998
- Framework and standards for country health information systems / Health Metrics Network, World Health Organization, 2008
- Health Information System Act, Information is the oxygen of the modern age. Ronald Reagan. Chapter 24, Article 14A NMSA 1978 may be cited as the “Health Information System Act”.
- Health Information System (Health Statistic), Dr. Sao Sovanratnak, Department of Planning and Health Information, 2008
- Tony Williams, Building health information systems in the context of national strategies for the development of the statistics, 2005



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Доц. д-р Круме Николоски

ЧОВЕЧКИ РЕСУРСИ ВО ЈАВНО-ЗДРАВСТВЕНИОТ СИСТЕМ - ОД АДЕКВАТНА РАБОТНА СИЛА ДО КВАЛИТЕТНА ЗДРАВСТВЕНА ЗАШТИТА -

Abstract

Human resources in public health system have an essential meaning for improvement in economic growth as well as for quality in life. Human resources should be in accordance with the goals and other resources in a country. When we talk about human resources in public health system we mean “for all people engage in action whose primary aim is promoting health”. In this process, the essence is simple “through adequate work force we can get quality health care”.

Key words: *human recourses, public health system, qualitative health care, epidemiological measures, public health services, monitoring system, national strategic plan, health infrastructure*

Вовед

Од национален интерес на секоја земја е таа да има здрава популација. Одговорноста за здравјето на нацијата подразбира превенција од болести, но и финансирање и претплата на здравствените услуги. Националната јавно-здравствена политика постепено треба да презема адекватни активности за унапредување на здравјето, изградба на структура за евалуација на здравјето и модификација на политиките согласно со менливите потреби во процесот на реформи на систем. Во обезбедувањето на еднаква здравствена заштита, секој јавно-здравствен систем ги зема предвид евидентираните здравствени проблеми на поединецот и заедницата, согласно со стратегиите и приоритетите за превенција на болести и унапредување на здравјето. Во реализација на ваквиот процес е потребно државата да обезбеди адекватна работна сила. За таа цел, секоја земја треба да обезбеди ефикасно и квалитетно образование на кадри од областа на здравствената заштита и здравствениот менаџмент, чијашто стручност, управувачки вештини и компетенции ќе одговараат на потребите за развој на јавно-здравствениот систем.

За да се унапреди здравјето и квалитетот на здравствената заштита е потребна адекватна работна сила, клинички персонал, како што се лекарите, сестрите и стоматолозите, како и менаџмент и персонал за поддршка, односно тие се оние кои не вршат директно испорака на услуги,



но се клучни за функционирањето на јавно-здравствениот систем, како што се менаџерите, амбулантните возачи и сметководителите. Доброто менаџирање претставува клуч на успехот на секој јавно-здравствен систем и придонесува до зголемување на ефикасноста во работењето на јавно-здравствените установи.

Од адекватна работна сила до квалитетна здравствена заштита

Тргувајќи од едноставната суштина што претходно ја споменав, таа упатува на сознанието дека на секој јавно-здравствен систем сè повеќе му е потребна економска поддршка во обезбедувањето на основна и континуирана обука на потребните здравствени работници, со цел да се зголемат нивните вештини и способности во насока на зголемување на квалитетот на здравствената заштита.

Пред да преминам на анализа на поединечните прашања, треба да го потенцирам следново. **Прво**, во човечките здравствени ресурси спаѓаат поединци кои работат во приватниот и јавниот сектор, оние кои се ангажирани цело или половина работно време, оние кои работат една работа и оние кои работат на две или повеќе места, оние кои плаќаат и оние кои обезбедуваат услуги на волонтерска основа. **Второ**, тие ги вклучуваат и оние кои работат во рамките на различни домени на јавно-здравствениот систем, вклучувајќи куративна заштита, унапредување на здравјето и превентивна заштита, како и оние кои се со образование и обука за испорака на здравствени услуги, но кои не се ангажирани на националниот пазар на здравствена работна сила (невработени, мигрирани или повлечени од работната сила од лични причини).

Треба да се нагласи дека јавно-здравствениот систем може да поткликне во следењето на развојот на превентивната или клиничката медицина. Некои земји прекумерно ги развиле медицинското и болничкото лекување, заборавајќи на важните иницијативи за намалување на ризикот од болест. Од тие причини, јавно-здравствените системи се неефикасни поради пасивниот однос на здравствените работници и недоволната покриеност на руралните подрачја.¹

Во овој контекст, сè уште не постои целосна методологија за проценка на адекватноста на здравствената работна сила која ќе биде упатена да одговори на потребите за здравствена заштита за дадена популација. Проценето е дека земјите кои имаат помалку од 23 лекари, сестри и бабици на 10.000 популација, не можат да постигнат соодветна

¹ Прирачник за менаџмент и лидерство во здравството, МЗ, Р. Македонија, стр. 35



покриеност за одредени примарни интервенции за здравствена заштита, а кои истите претставуваат приоритет во милениумските развојни цели.

Априори, кадровската политика треба да биде насочена кон избор на адекватна работна сила за да може да ја спроведе работата на јавно-здравствената установа и да произведе квалитетна здравствена заштита.

Овие јавно-здравствени работници ќе бидат компетентни за проценка и решавање на здравствени проблеми, планирање и формулирање на цели, поставување на стратегии за остварување на поставените цели и спроведување на програми од областа на јавното здравство. Ваквиот пристап бара и адекватно планирање за кое е неопходна и анализа на: **внатрешни фактори**, како што се слободните работни места, потребните вештини, развој или редукција на одделенија и **надворешни фактори**, како што е пазарот на работната сила.

Оттука, би сакал да споменам дека планирањето на адекватна работна сила треба да се спроведува врз основа на:

- процес на континуирано поставување на приоритети;
- проектирање на идните потреби од јавно-здравствени услуги;
- изразување на тие потреби во бројки и по видови на стручни профили;
- визија на начините со кои јавно-здравствената установа ќе им излезе во пресрет на тие идни потреби;
- насоки за алокација и реалокација на работната сила.

Сите јавно-здравствени работници во оваа област со своите знаења и вештини ги решаваат фундаменталните здравствени прашања, клучни за реформите во секој јавно-здравствен систем. Користењето на епидемиолошки мерки и анализи можат да му обезбедат информации на здравствениот менаџер во врска со потребите за специфични стручни работници и нивното организирање. Исто така, неопходни се епидемиолошки мерки и анализи за креирање на идните потреби од адекватна работна сила, базирана на проценка на тековниот морбидитет и факторите на ризик. Во овој процес, структурата на морбидитет ги одразува потребите на специфични популациони групи за специфични здравствени услуги, а тоа ќе му послужи на здравствениот менаџер за организирање и рангирање на специфични програми.

Во 2004 година, според официјалната статистика, во Република Македонија работеле 17.349 јавно-здравствени работници, од кои 4.573 лекари и 5.528 немедицински работници. Ваквата статистика не може да биде искористена за меѓународна споредба, затоа што не постои јасно разграничување помеѓу примарната и секундарната амбулантска заштита, помеѓу позициите со полно работно време и физичките лица, како и поради користената терминологија: општ лекар, специјалист



по општа медицина, кадар со високо и вишо образование, јавни и приватни практичари и друго. Треба да се истакне дека главен проблем на здравствениот кадар во Македонија е невработеноста. Во 2004 година 5.343 медицински работници биле официјално невработени, од кои 376 лекари, 268 стоматолози, 66 фармацевти, 260 вработени со вишо медицинско образование и 4.373 со средно медицинско образование (од кои половината биле медицински сестри и акушерки). И покрај тоа што има невработени лекари и медицински сестри, нивниот број на 100.000 жители во Македонија е понизок отколку просекот во европскиот регион на СЗО, којшто изнесува 353 лекари и 689 медицински сестри на 100.000 жители.

Исто така, според статистичкиот годишник на Република Македонија за 2008 година, во Република Македонија во 2006 година работеле 22.970 јавно-здравствени работници, од кои лекари 5.134, стоматолози 1.175, фармацевти 187, здравствени соработници 467, медицински сестри 10.797 и административни работници и технички персонал 5.210.

Во здравствениот сектор општоприфатена е констатацијата дека постои вишок на немедицински кадар. Работите уште повеќе се влошуваат со фактот дека за идни јавно-здравствени работници се школуваат повеќе студенти отколку што е потребно. Според статистичкиот годишник на Република Македонија за 2008 година, во Република Македонија вкупниот број на студенти во учебната 2007/2008 е следниов: на Висока медицинска школа (Битола) - 1.632, на Висока здравствена школа (Штип) - 128, на Медицински факултет (Скопје) - 2.001, на Стоматолошки факултет (Скопје) - 1.046, на Фармацевтски факултет (Скопје) - 528.

Како надополнување на сето ова што е претходно кажано, планирањето на адекватна работна сила во здравствениот сектор истовремено претставува и процес на проценка на квантитетот и видот на знаењата, потребните вештини и способности, со цел воведување на промени во функционирањето на системот на таков начин што ќе се очекува да се постигнат саканите промени во здравјето на популацијата.

Значењето и третманот на човечките ресурси, од аспект на нивната квалитативна страна – како човечки капитал сè повеќе зависи од нивото на развој на образовниот систем, системот на обука и системот на здравствена заштита, односно од стекнатото и потенцијалното ниво на човечкиот капитал, кое овие три система можат да го обезбедат.²

Извештајот за Светското здравје во 2005 година за здравствената работна сила беше јасна илустрација за слабоста во мониторинг на

² Димитар Ефтимовски, Економски развој, 2003, стр. 143



здравствените човечки ресурси во многу земји. Оттука, треба да се обрне внимание на клучните приоритети за поддршка на локалниот менаџмент, како и донесувањето на одлуки за националната и меѓународната стратегија кои треба да се однесуваат на најновата статистика на секоја земја за:³

1. активната работна сила според возраста, полот и географската распореденост на различни видови јавно-здравствени работници, независно од тоа дали работат во јавниот или приватниот сектор;
2. влезните параметри, што се однесуваат на годишниот број на дипломирани студенти од институциите каде се вршат обуки;
3. излезните параметри, што се однесуваат на бројот на здравствени работници кои заминуваат во приватниот сектор, нивна емиграција, промена на кариера, пензионирање или смрт;
4. трошоците кои се прават за исплата на награди и за обуки на јавно-здравствените професионалци.

Фундаментален елемент во процесот на одредување на потребите за здравствен кадар е сознанието за неговата **актуелна состојба**. За оваа цел се неопходни системи на податоци, засновани на периодична регистрација или попис на лицата во здравствениот сектор. Секоја промена на статусот на здравствениот работник (пензионирање, смрт, преселување, емиграција или напуштање на професијата), треба да се заведе во регистарот на активни медицински лица. Прецизната и реална слика на актуелната кадровска состојба нуди информации за специјалноста, географската дистрибуција, возраста, полот и активната работна сила. Човечките ресурси треба да се усогласат со целите и ресурсите на државата.

Одредувањето на потребата од адекватна работна сила, мора да биде однапред предвидено и целосно насочено кон неопходноста за соодветни работни места во секоја здравствената установа и/или институција. Согласно со нејзината деловна стратегија, посебно внимание треба да се обрне на планирањето и правилното ангажирање на човечките ресурси, а со нивната мотивираност и задоволство од работењето ќе се обезбедат потребните јавно-здравствени услуги. Во овој случај, доколку се зголемат барањата и потребите на пазарот за јавно-здравствени услуги, тогаш е неопходна промена на стратегијата на јавно-здравствената установа, која води кон надополнување и мобилизирање на човечките ресурси. Аналогно на ова, здравствено-информациските системи со силни здравствени човечки ресурси како негова компонента, можат да помогнат во изградба на основа за докази со цел да се испланира расположливоста

³ Health Metrics Network, Report of a technical meeting, Switzerland, September, 2006, p.12



и пристапот до потребните човечки ресурси во право време, на право место и со посакуваниот квалитет. Но, за планирањето е потребно знаење за бројот на јавно-здравствените работници, за нивната дистрибуција и карактеристики, како и за бројот и карактеристиките на оние кои се обучени, како и оние кои ја напуштиле активната работна сила и причините за напуштањето.⁴

Меѓународните споредби на професионалниот кадар овозможуваат согледување на националната структура во однос на други земји со слични социјално-економски и здравствени стандарди. Мерките за контрола на бројот на човечки ресурси и проценка за идната потреба се преземаат со цел поттикнување на поефикасна здравствена заштита и претставуваат важен елемент во јавно-здравствениот систем. Прекумерна или недоволна застапеност на една или повеќе здравствени професии создава нерамнотежа во јавно-здравствениот систем и неговата економика. Оттука е неопходен развој на мониторинг систем за здравствена работна сила, со јасни индикатори и анализа на стратегии и споредлива статистика. Во контекст на ова треба да напоменам и дека, од нивото на човечкиот капитал во јавно-здравствениот систем зависи во колкава мера здравствената економија ќе успее да ги минимизира трошоците и негативните последици по здравјето на заедницата и поединецот.

Процесот на интегрирање на една држава е поврзан со квалитетот на работна сила во здравствениот сектор, како суштинска категорија во обезбедување на соодветен пристап до јавно-здравствените услуги и задоволување на здравствените потреби. Квалитетот зависи од повеќе чинители, почнувајќи од обезбедување на професионално образование и мотивиран кадар со потребното ниво на стручна обука до националната структура и ориентација на јавно-здравствениот систем. Механизмите за **подобрување на квалитетот** треба да обезбедат континуирано подобрување и наградување на здравствените услуги коишто станаа многу важни за политиката „здравје за сите“.

Квалитетот на здравствена заштита во голема мера зависи од персоналот, отколку од технологијата на здравствените установи и институции. Остварувањето квалитетна здравствена заштита бара знаење, стручност, обученост, точност на средствата за дијагностицирање и лабораториските средства, како и висок степен на одговорност на секој учесник. Според Донабедијан квалитетот на здравствена заштита можеме да го измериме преку проценка на **структурата, процесите и резултатите**, адаптирано на концептот инпут – процес - аутпут. Тој

⁴ Human Resources For Health, World Health Organization, 2008, p. 1



докажал дека „добрата структура ја зголемува веројатноста за добар процес, а добриот процес ја зголемува веројатноста за добар резултат”.⁵

Структура (инпут)	Како ресурсите се алоцирани во однос на времето, местото и во согласност со потребите на населението (пристап) Праведност во поделбата на трошоците и користите (праведност)
Процес	Како се применуваат ресурсите (управување) Употреба на време и ресурси (ефикасност) Избегнување на загуби (економичност) Намалување на ризик (безбедност) Докази засновани на практика (соодветност) Заштита фокусирана кон пациентот (континуитет) Јавни/информации на пациентот (избор, транспарентност, одговорност)
Резултат	Здравје на населението (подобрување на здравјето) Резултат на клиниката (ефективност) Излегување во пресрет на јавноста и работната сила (трошок-корист)

Извор: Shaw and Kale, 2002. Assuring the quality of health care in the European Union, A case for action, Helena Legido-Quigley, Martin McKee, Ellen Nolte, Irene A Glinos, World Health Organization, 2008

Тргувајќи од тоа дека структурата, процесот и резултатите се меѓусебно поврзани и неразделни во нивната функционалност, треба да се создаваат можности за активна соработка, но во исто време да се користат и познати мерки и инструменти за заштита на здравјето

Сите напори за подобрување на квалитетот треба да бидат фокусирани на тоа колку промените можат да го подобрат здравјето. Добивките од ваквите промени треба да бидат еднакво дистрибуирани помеѓу сите социјални групи, а не само до оние кои можат да платат за нив. На пример, прифаќањето на процедури кои осигуруваат безбедност на пациентот е еден ефикасен начин за да се одржи квалитетот. Во Република Македонија правата и обврските на пациентите се опишани во Законот за здравствената заштита, но овие права не им се објаснуваат систематски и не се бара нивното мислење, на пример за време на нивниот престој во болница. Во овој контекст, јавноста сè уште не е вклучена во оценување на квалитетот на здравствена заштита и покрај тоа што плаќањето по пат

⁵ Donabedian, 1988



на капитација на лекарите од примарната здравствена заштита го подобри изборот на граѓаните. Во процесот на трансформација на примарната здравствена заштита во систем заснован на семејна медицина ќе бара интензивни напори и значителни финансиски средства во наредните 10 години. Сè уште останува да се направат прецизни пресметки, но груба проценка е дека околу 1.000 постојни лекари од примарната здравствена заштита и околу 1.000 сестри мора да поминат низ дополнителна обука, а околу 200 лекари и 1.000 сестри мора да одат на специјализација по семејна медицина. Покрај тоа, освен за лекарите, сè уште не е воспоставен систем на задолжителна акредитирана континуирано образование, потребно за релицензирање. Исто така и кај лекарите постои недостаток на соодветни и финансиски достапни курсеви. Финансирањето на континуираната едукација е проблем, ако се земе предвид нискиот доход на јавно-здравствените професионалци. Друг голем проблем е немањето пристап до изворите на информации на интернет, особено надвор од главните болници.

Добивките за подобрување на квалитетот вклучуваат подобро здравје, подобрени врски помеѓу општествено јавните и здравствените професионалци, како и намалување на трошоците од неуспехот при лекувањето на пациентите.

Во реалноста, јасно е дека трите компоненти ретко се анализираат на еден целосен начин. Традиционално, напорите за да се процени квалитетот се базирале на структурни мерки на здравствена заштита, како што се препознавање на професионални квалификации и искуство, одобрување на лекови и медицински совети и намалување на радијацијата. Во последно време фокусот се променил кон развојни мерки на процесот и резултатот.⁶

Во Република Македонија, Министерството за здравство ја има одговорноста за квалитетот на здравствената заштита. Државниот санитарен и здравствен инспекторат го надгледува почитувањето на различните законски обврски, како на пример во однос на податоците што здравствените установи треба да ги обезбедуваат, одржувањето на соодветни санитарни услови во установите, како и контролата над заразните болести. Во овој случај, инспекторатот врши посети и контроли на сите установи секоја година, но за жал не го оценува професионалниот квалитет на лекарите и другите јавно-здравствени работници.

Несомнено е дека во секој јавно-здравствен систем се потребни добро обучени, современи здравствени работници, кои треба да работат

⁶ Assuring the quality of health care in the European Union, A case for action, Helena Legido-Quigley, Martin McKee, Ellen Nolte, Irene A Glinos, World Health Organization, 2008 p. 10



на унапредување на здравството, спречување и лекување болести и рехабилитација на етички, професионален и финансиски исплатлив начин.

Мониторинг и проценка на стратегиски планови за човечките ресурси

Студиите за следење на состојбите се неразделен дел на сите нивоа на здравствен систем во рамките на една земја, до таа мера што отсуството на организиран систем на следење и ревизија на податоците се смета за сериозен недостаток на современиот здравствен менаџмент. Во многу јавно-здравствени области се прават големи напори за да се развијат поголем број индикатори за мониторинг и евалуација на целите, но доколку се обезбедат точни податоци коишто ќе овозможат проценка на извршувањето на одредени активности.

Треба да се потенцира дека мониторингот може да биде придружен со други активности или да егзистира како самостојна активност. За извршување на мониторинг се потребни средства, а висината на средствата одвоени за мониторинг треба внимателно да биде определена. Тие зависат од важноста на информациите што се обезбедуваат преку мониторингот и влијанието што тие го имаат врз зголемувањето на ефикасноста и ефикасноста на системот што е предмет на проучување.⁷

За да се зајакне функционирањето на јавно-здравствениот систем не е потребно само зголемување на бројот на јавно-здравствените работници, туку исто така и акции за зајакнување на нивната регрутација, дистрибуција, одржливост (овде се мисли одржливост на едно работно место, а не ротација) и продуктивност.

Националните стратегиски планови за човечките ресурси во здравството вклучуваат краткорочни и долгорочни цели за мониторинг на мерењето на здравствената сила и приспособување на секоја главна здравствена реформа (на пример, како што е децентрализацијата). Овие стратегиски планови беа хармонизирани со пошироките стратегии за социјален и економски развој (на пример, стратегиски реферат за намалување на националната сиромаштија). Тие исто така се однесуваат и на развојните потреби за човечки ресурси на приоритетните здравствени програми и имаат за цел истите да ги интегрираат во една рамка за примарна здравствена заштита, заснована на епидемиолошки докази.

Според моето убедување, ова би било императив да се прегледа сегашниот избор на предложените индикатори на национално и

⁷ WHO 1984, Drummond and Maynard 1993



регионално ниво, посебно во процесот на воспоставување соодветни основи и цели специфични за земјата. Преку овие дискусии е важно да се има предвид, онаму каде е возможно, рутински да се изградат, анализираат и да се дејствува на собраните податоци преку постоечкиот административен процес. Рутински собраните податоци понатаму можат да бидат додадени и потврдени преку периодични и ад хок прегледи и други стандардни статистички извори.

Споделувањето на информацијата е важно, така што тоа ќе овозможи споредба на подобрената стратегија за здравствени ресурси, како и употреба од други. Споделеното знаење внатре во земјата како дел од процесот на зајакнување на информацискиот систем на човечки ресурси (HRIS), обезбедува модели коишто ќе помогнат во избегнување на повторни грешки и стандардизирани информации за човечките ресурси во здравството и докази низ регионите и земјите. Вообичаено, опсерваторите на човечките ресурси во здравството се еден драгоцен механизам, којшто може да се употреби за широка дисеминација на информации и докази за ефективна практика на регионално, национално и глобално ниво.

Со еден збор кажано, практичните и достапни стратегии постојат за создавање на повремени и сигурни статистики за здравствената работна сила и за развој на капацитетите за собирање, менаџирање, анализа и нивна дисеминација. Трошоците за неподобrena или лоша статистика за работната сила се многу повисоки, отколку да се инвестира во слабо информирани одлуки и немониторирани интервенции коишто можат да имаат долгорочни социјални и економски ефекти.

Ова е критично влијание и ефектите од приспособувањето можат понекогаш да траат неколку години за да бидат опсервирани (на пример, повеќе од осум години во случај на производство на лекари).

Имајќи ја предвид различноста од потенцијалните информациски извори, мониторингот и проценката на човечките ресурси во здравството бара добра соработка помеѓу министерствата за здравство и другите сектори кои имаат сигурни извори на информации, угледна и централна статистичка институција, Министерство за образование, Министерство за труд, професионални законски/лиценцирани тела, здруженија на приватни обезбедувачи на здравствени услуги и индивидуални капацитети на здравствена заштита и институции за здравствена обука. Во идеален случај, обврските за истражување на целите треба да бидат однапред утврдени за да се стават податоците во употреба. Дискусиите помеѓу претставниците на различните групи на интерес, под раководство на Министерството за здравство, се препорачуваат на почетокот од поставувањето на агендата за да се усогласат податоците, публикацијата и употребата, притоа земајќи го предвид временските рокови за собирање



на податоците и обработка на информациите за потребите на политиката за човечки ресурси во здравството и планирањето.⁸ Информациите што ќе се обезбедат преку мониторингот ќе имаат влијание врз зголемувањето на ефективностa и ефикасноста на системот.

Основната суштина е Република Македонија да воспостави правилно планирање на човечките ресурси адекватни за здравствениот сектор, со цел да се избегне сегашната ситуација на хиперпродукција на кадри и невработеност. Од аспект на обезбедување на квалитетна здравствена заштита, ќе треба да му се посветува континуирано и сериозно внимание, со експлицитни мерки за подобрување и контрола. Во такви услови, еден друг аспект за квалитетот во здравствената заштита е состојбата на здравствената инфраструктура: зградите, просторот, кадарот и опремата. Постојат јасни правила и прописи за лиценцирање на здравствените установи, како и многубројни административни и санитарни критериуми што на годишно ниво ги следи Државниот здравствен и санитарен инспекторат. Но, треба да се воведат и нова и континуирана практика од страна на Министерството за здравство кое ќе врши анализа дали овие контролни системи се сè уште соодветни, односно ќе потврди дали е потребно релиценцирање на установите.

За мерењето на прогресот во постигнување на целите на секоја здравствена политика најчесто се употребувани предложените индикатори од страна на Светската здравствена организација. Тие се однесуваат на развојот на здравствениот систем кој се темели на стратегии за примарна здравствена заштита, превенција, промовирање на здравјето, и на планирање и раководење на здравствениот систем.

Заклучок

Развојот на јавно-здравствените системи често се оценува врз основа на систем на следење, како и врз основа на повеќе стандарди. Под следење се подразбира постојано, систематско собирање, анализа и интерпретација на здравствените податоци кои се есенцијални за планирање, спроведување и евалуација на здравствената практика, тесно поврзано со навремената дистрибуција на овие податоци до оние на кои им се потребни. Крајната алатка во синцирот на следење е примена на овие податоци во превенцијата и контролата.

Во заклучокот, сакам да истакнам дека за да имаме континуирано подобрување на квалитетот е потребно да има мултидисциплинарен пристап. Појдовна основа на ваквиот пристап е да се направи сеопфатно

⁸ Human Resources for Health, World Health Organization, October 2008. p.12



согледување на јавно-здравствените потреби и да се започне со потрага во обезбедување на адекватна здравствена сила за подобро функционирање и подобрување на задоволството на пациентот. Овој процес ги вклучува сите кои работат директно во системот на здравствената заштита, услугите за поддршка и администрацијата на здравствените програми на сите нивоа. Ваквиот пристап не претставува само професионално саморегулирање, туку и клучен метод за барање начин за задоволување на потребите и користењето на расположливите средства.

Очигледно е дека во Република Македонија голем број организации можат да играат улога во контролата на квалитетот: Министерството за здравство, Здравствениот инспекторат, Фондот за здравствено осигурување, Републичкиот завод за здравствена заштита, Професионалните здруженија (како на пример, Македонското лекарско друштво), коморите и факултетите по медицина, фармација и стоматологија, раководствата на здравствените установи, индивидуални професионалци и потрошувачи. И покрај тоа што голем број улоги се опишани во Законот за здравствената заштита и во други правни акти, а секоја организација знае што прави во областа на осигурување квалитет, сепак недостасува една сеопфатна слика за координирани одговорности за севкупниот квалитет и за подобрување на квалитетот на здравствената заштита.

Значењето, сложеноста и суптилноста на овие прашања упатуваат на сознанието дека во рамките на овие прашања и нивно разрешување треба да се бара во спроведување на дополнителни процедури, норми и критериуми во процесот на спроведување на реформите.

Користена литература

- Прирачник за менаџмент и лидерство во здравството, Министерство за здравство, Република Македонија
- Health Metrics Network, Report of a technical meeting, Switzerland, September, 2006
- Human Resources For Health, World Health Organization, October 2008
- Assuring the quality of health care in the European Union, A case for action, Helena Legido-Quigley, Martin McKee, Ellen Nolte, Irene A Glinos, World Health Organization, 2008
- The Future of the Public's Health in the 21st Century, Committee on Assuring the Health of the Public in the 21st Century, 2002
- Tulchinsky TH, Varivikova EA. The New Public Health. Academic Press: San Diego, CA, 2000
- Learning to live with Health Economics, Edited by H. Zöllner, G. Stoddart and C. Selby Smith, WHO Regional Office for Europe, Copenhagen, 2003
- Здравствена стратегија на Република Македонија за периодот 2006-2015 година, 2005

ANALYSIS OF PUBLIC EXPENDITURE ON EDUCATION IN ALBANIA

Jollanda MEMAJ MPA

Budget Department, Ministry of Finance

E-mail: jmemaj@minfin.gov.al

Assoc. Prof. Dr. Raimonda DUKA

Department of Economics, University of Tirana

E-mail: rmduka@yahoo.com

Abstract:

Achieving economic growth is an important goal of any country. However, in recent years it has increasingly been realized that economic growth is a necessary but not a sufficient condition for human development. Albania provides a good example of a country which has historically enjoyed a respectable GDP growth rate and yet failed to translate this positive development into a satisfactory level of human development.

Official education spending is around 3 percent of GDP—much lower than most high growth emerging economies. Overall, the education system is under funded, but relatively efficient in its use of inputs. However, some efficiency measures may critically affect quality and, subsequently, demand. Spending composition and financing arrangements should be significantly enhanced to support the needed improvements in secondary enrollment, in higher education outcomes and in quality. The relatively large capital investment program and wage bill have left little room for spending on other teaching inputs that can affect quality.

Across the transition countries are increasingly focusing on decentralization of decision-making authority to lower levels of government. The Albania has not been excluded from this phenomenon. Several years on, we find that the process has progressed; the central government has delegated the administration of many activities to lower levels of government. While service responsibilities have been delegated or devolved, central governments are often reluctant (and often for valid reasons) to give up control over revenues.

Keywords: *Education; Public expenditures; decentralization, allocation*

INTRODUCTION

However, there is now a growing realization that we could have done much better had we stressed human resource investments relatively more. The



Education for All (EFA) movement, started more than a decade ago in 1990, accelerated the process of human resource development in many developing countries. The EFA refers to the global commitment to ensure that all children would complete Primary Education of good quality. A decade after, the Millennium Declaration resolved to ensure, by 2015, that all children would be able to complete course of primary education.

Albania, like other developing countries, responded positively to the declaration. Measures like the National Development Strategy for Pre University Education 2004-2015 and National Plan of Action (NPA) for education indicate its commitment with EFA goals. The facts contained in the recent Human Development Report reveal a good situation regarding current human resource status in Albania. According to the Human Development Index (HDI) ranking, the HDI for Albania is 0.887, which gives the country a rank of 68th out of 177 countries with data.

The most crucial issues in the education sector in Albania are:

- Inadequate public spending on education. Public spending on education as a share of GDP declined by one third from 5% in 1991 to 3.4% in 2007. As a result, public spending has been limited to the bare essentials, at the expense of important needs that it is assumed can be deferred, such as maintenance of schools and the provision of equipment, materials and teacher training.
- Lack of access to educational establishments, especially in rural areas. Almost 16% of the children between the ages of 14-17 attributed their non-attendance at school to distance. This may be the consequence of the fact that the number of secondary schools has fallen by more than 50% in the last decade, especially in rural areas. Even at the pre-school level, the number of pre-schools has fallen by one third in the last decade. There is a strong link between income poverty and low educational participation. Primary school rates are significantly lower among the poor and lowest among the extreme poor.
- Poor quality and weak relevance of education. Albania inherited low education standards compared with those of its neighbors. At the same time, the quality of the learning environment, especially in rural and suburban areas, has deteriorated considerably during the transition period.
- Weak planning and management capacity at the local level, especially in suburban and rural areas. Although the decentralization process is going on there is a lack of an effective monitoring and evaluation system at the central and local level and a need to strengthen the capacity of local governments in the delivery of education services.



1. Resources allocation to education in Albania

Since the collapse of the communist regime the government resources have diminished considerably. GDP per capita in 2002 was estimated to be USD\$1,499, while per capita income was USD\$4,000¹. This reduction in total government revenue has affected the public expenditure in education which has dropped from 5 per cent of GDP in 1991 to only 2.82 per cent in 2003. Details of the budget for the education sector for the period 2000-2008 are summarized in Table 1.

The table shows that the budgets allocated to education have been for the eight years close to 3 percent of GDP with highest allocations in 2007. The Albanian government goal was to double the budget of the education sector in five years from 2.95 percent of GDP on 2005 to 5 percent on 2011. But the GDP allocations to the education sector still are not in line with the commitment to attach high priority to education. Indeed, public spending on education, at around 3.2 percent of GDP, is low compared to other fast growing economies. In comparison, fast growing recent EU entrants spend an average of 4–5 percent of GDP on education, and other high growth countries spend between 3.5 and 5 percent of GDP. Current spending levels are also below the NSSD targets of 3.4 percent of GDP for 2005 and the MTBP objectives of 3.5 percent in 2005.

Albania's expenditure on education as a share of total government expenditure has been decreasing from 13.7 percent in 1997 to 9.7 percent in 2007, lower than the average of 12.9 percent spent by the OECD countries and recent entrants to the EU. The table further shows that the proportions of education budgets in national budgets remained closed to 11 percent over time. Moreover, an extremely high proportion, around 85 percent in average, of education budgets are spent on recurrent heads, particularly on salaries of teaching staff, with negligible proportions remaining for development expenditures.

Table 1. National Education Budget (2000-2007)

Years	As % of GDP	As % of Gov.Exp	Recurr(%)	Develop(%)
2000	3,08	10,00	87,77	12,23
2001	3,10	10,00	88,90	11,10
2002	2,84	11,30	90,52	9,48
2003	2,82	12,30	85,53	14,47
2004	2,93	11,50	81,85	18,15

¹ PRSP Report, World Bank



2005	2,95	11,30	85,00	15,00
2006	3,13	10,10	82,61	17,39
2007 ²	3,25	9,17	77,37	22,63

In addition, wages consume a comparatively high 86 percent of recurrent pre-university education spending in Albania, crowding out spending on non-wage items and affecting quality. This share compares with 82 percent in the EU 15 and 72 percent in recent entrants to the EU. Moreover, this problem is most acute in general secondary schools, where only 3 percent of recurrent expenditures were available for non-wage items in 2005. Moreover, the allocation for non-wage spending (in total and for secondary education) has been declining in recent years. The proposal to raise the compensation of teachers by about 26 percent in 2006 and further in 2007 has placed further pressure on non-wage spending.

Perhaps, the most important factor responsible for this situation is the allocation of inadequate resources by the public sector to education. The above facts suggest that serious efforts should be made to improve the status of education sector in the country. Recent development for raising education spending in the Mid-Term Budget Program 2007–2009 has started addressing this issue. The government has planning to increase the budget for education as % of GDP in 3.9 on 2009.

Within this constrained resource envelope, primary education has been receiving most of the attention. In line with the NSSD objectives of ensuring universal primary enrollment, more than half of the public resources for education have been allocated to primary education over the past decade. Conversely, secondary education has been receiving less than 20 percent of public spending up to 2005 (Table 2). This situation translates into larger class sizes, greater use of dual shifts and other efficiency measures at the secondary level.

Table 2 -Expenditure Shares by Program and Year

Functions	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Planning, Management and Administration	5,40	4,60	4,20	3,20	1,66	0,46	2,00
Preschool+ basic education	61,90	58,50	59,20	58,50	48,39	43,30	57,00
General Secondary Education	10,20	11,30	12,20	12,50	20,72	20,45	14,00

² The data from the plan budget for 2007



Vocational Secondary Education	4,90	8,40	6,80	7,10	8,68	8,89	7,00
Tertiary Education	17,10	16,70	17,10	18,20	18,43	24,57	19,00
Institute + Curricula	0,50	0,50	0,25	0,02	0,15	NA	NA
Scientific-research	0,00	0,00	0,20	0,40	1,97	2,33	1,00
Total	100,00	100,00	99,95	99,92	100,00	100,00	100,00

Source: Ministry of Finance

General secondary education is severely under funded in terms of both per capita spending and funding for non-wage recurrent spending. In addition, wages consume a comparatively high 86 percent of recurrent pre-university education spending in Albania, crowding out spending on non-wage items and affecting quality. This share compares with 82 percent in the EU 15 and 72 percent in recent entrants to the EU.

One way of helping to achieve the targets and to sustain the EFA initiatives is to redistribute resources. In order to direct more resources to basic education, the Government in its National Education Strategy proposed to encourage private sector involvement in education, particularly in vocational education which has been encouraged to explore alternative funding sources. For example, the external funding for vocational education under the CARDS project has freed up projected investment expenditure from the public education budget. Furthermore, the government is reducing its expenditure on higher education and introduces user-pays models. The current expenditure on higher education is 4.07 times higher than the OECD average of 2.52. The Government also is encouraging more private investment in higher education.

The Albanian Government has a policy that universities should “move towards” self financing, albeit not completely. Implementation of this policy has required major changes in the financial arrangements under which the universities currently operate. One of the main objectives of the reforms introduced by the 2007 Higher Education Law was to bring greater autonomy to the governance of universities.

However, to date there has been little use of the (limited) flexibility to move resources between the faculties and between the faculties and the center. In addition, the approval of the new Law on higher education has made adequate provision for strengthening accountability, such as through the establishment of a university governing board.



2. ALLOCATION TO EDUCATION AT THE DISTRICT LEVEL

The Albanian government has already decentralized the management and financing of pre-university education to local governments, in order to enhance the accountability and responsiveness of the education system. In Albania, regional councils, municipalities and communes have more responsibility in making decisions on funding allocations in the education sector.

Ministry of Education and Science is responsible for implementing educational policies defined by the Council of Ministers. It approves programs and textbooks for all preschool and school institutions; defines criteria for licensing private educational institutions; develops, approves and issues criteria for admission in educational institutions at any given cycle; defines periods of studies in each cycle, criteria for issuing certificates and diplomas and for elective subjects; develops teacher training; defines criteria for recognition of private and public school diplomas; is responsible for supervising all educational institutions, defines the structure of the academic year, the workload of the teaching staff, and the average number of students per class for all levels of public education.

Education conditional grants from the Ministry of Education and Science to municipalities and communes are earmarked specifically for salaries (for teaching and non-teaching personnel) and for food and scholarships to students. Regions are provided with conditional grants to cover expenses for transportation and per diems for teachers and trainers. There are no special formulas for the allocation of these conditional grants among distinct jurisdictions (regions, municipalities, and communes) and schools.

Investments (renovations and equipment) are entirely decided, run and financed by the central government through its education directorates (de-concentrated branches of the Ministry of Education) situated in the district. The investment funds are distributed since 2005 on the competition based. The local government units submitted projects that are evaluated by an experts group based on some approved indicators.

The Government uses a mix of centralized and decentralized financing, depending on the function and level of education. The financing of the teaching force is centralized, although local governments act as pass-through paymasters. Local governments are expected to finance school maintenance from unconditional grants allocated from the central budget, while the financing of capital investments is currently allocated to sub-national governments on the basis of conditional grants. Local government expenditures on education averaged 6.2 percent of total public educational expenditures during 2002-05.



In 2005, the investment budget was decentralized to the Regional Councils as a conditional block grant (as an addition to the operations and maintenance budget which municipalities and communes receive as an unconditional block grant). However, it was observed that only half of the regions followed the guidelines from the MoES. In some cases the investment budget was divided into small pieces and used for minor repairs to or maintenance of many schools. The three years experiences have indicated the need for better planning and coordination across different levels of government.

At the first year of implementation, about half of the regions did not report how they spent the investment budget. In these circumstances the careful monitoring of the use of the investment budget and its impact, and strategies to improve optimal investment within the decentralization framework, are critical in order to preserve and enhance the efficiency of capital in the sector.

The existing input-based financing formula does not create incentives for schools and local governments to rationalize variations in inputs and reduce variations in learning outcomes among schools, municipalities, and communes. The current formula used by the central government for determining recurrent cost allocations to local governments, finances educational inputs (i.e., teachers, and sometimes textbooks and other educational materials). It reflects norms for items such as class sizes and teacher/student ratios, budgets for previous years, and the overall fiscal envelope available to the sector in any given year.

In Albania, there are existing large regional variations in per unit expenditures underscore the need for improving the financing system. These variations are equally stark for basic and secondary education (Table 3). On the year 2004 the Albanian government introduced of funding formulas, including the use of a student/teacher ratio norm in allocating salaries that narrowed significantly disparities in the 2005 budget planning figures with the exception of those for Tirana.

There have been recent improvements in this regard in the MoES, but further strengthening is needed. For example, while the norm of student-class size and the depreciation of school buildings has been taken into consideration in the preparation of the investment budget, future population growth patterns have not been considered. Projected future demographic changes need to be taken into consideration when the investment budget is planned and executed.

Table 3: Examples of Variations in Inputs and Outcomes between Regions

Variable	High	Low
Per capita costs for basic education (2005)	Gjirokastra: 36,200 lek	Kukes: 20,300 lek
Per capita costs for general secondary education (2005)	Tirana: 64,500 lek	Fieri: 20,200 lek



Per capita costs for VET secondary education (2005)	Tirana: 118,300 lek	Durres: 43,300 lek
Combined average score on 4th grade assessment of reading, mathematics, and Albanian language (2001)	Kukes: 60.4%	Diber: 43.3%
Percent of basic education classrooms by depreciation level of school buildings (2004) % in high depreciation school buildings % in medium depreciation % in low depreciation	Diber 7.2% 30.6% 62.2%	Durres 2.3% 18.6% 79.1%
Student/teacher ratios for basic education (2004-05)	Tirana: 24:1	Gjirokastra: 13:1
Double shift schools and students for basic education (2004) Tirana: 30% of schools;	Tirana 30% of schools; 76% of students	Kukes: 3.5% of schools and 17.6% of students
Double shift schools and students for general secondary education (2004)	Berat: 24% of schools	Elbasan: 0% of schools

Source: INSTAT and MoES.

To better plan these investments, it is critical for the MoES and the Regional Councils to build on the initial work on school mapping which takes into consideration population growth projections (declining fertility rate) and migration. This will facilitate making rational decisions on the consolidation of existing schools and the allocation of new schools.

To date the execution of capital investment at the local level has been chaotic, and it risks increasing inefficiencies if it is not properly monitored and evaluated. Moreover, the decentralization of the investment budget to the Regional Councils as a conditional block grant, in the absence of central oversight, monitoring and evaluation, portends the uncoordinated use of resources. How local governments are spending these grants is not transparent nor is it clear whether schools receive reasonable shares of these grants.



CONCLUSIONS

The experience has shown that too hasty decentralization can be detrimental to service delivery when local capacity is limited and when service standards and a system to monitor and evaluate the transition are not in place. To succeed in this effort, the government will need to undertake the following:

- Strengthen the coordination of capital investment, non-salary recurrent and salary spending in pre-university education across levels of government in order to implement the necessary expansion of secondary schools.
- Setting up the monitoring system at the regional level.
- Distribute investments funds based on the community needs especially in poor and rural areas.
- Increase budget autonomy and the accountability of universities.
- Carry out careful projections of the impact of demographic changes on school age cohorts and their regional distribution, in order to project recurrent and capital needs and adjust functional and regional allocations accordingly.

References

1. Berryman, Sue E. - Albanian's Education Sector: Problems and Promise-2000
2. Berryman, Sue E. - Hidden challenges to Education System in Transition Economies (World Bank, Washington, DC-2000)
3. Ministry of Education and Science (MoES). Annual Statistical Reports, Tirana.
4. Moubayed, A., 2006 Albania Restructuring Public Expenditure to Sustain Growth. A Public Expenditure and Institutional Review, World Bank, Washington D.C.
5. Rosen, Harvey S.-Public Finance, 2003
6. Samuelson, Paul A. "The pure theory of public expenditure". The review of Economics and Statistics, pg. 387-389



CV of the authors:

Mrs. Memaj was graduated in Tirana University on the year 1987. She obtained the diploma in Finance on the year 1987. During the period 1987-2003 she has worked for different companies and since the year 2003 she is working as budget specialist in the Ministry of Finance. She has a Master Degree in Public Administration from the University of Tirana and she also is a Phd student in this University.

Mrs. Duka was graduated in Tirana University on the year 1983. She obtained the diploma Economist on the year 1983 and finished the PhD in 1991. During the period 1992-1994 she has been visiting professor at the University of Osnabrück, Germany supported by DAAD. She has a long experience in teaching Economics, focused on Microeconomics and since 1999 she holds Associated Professor title.

She also has a Master Degree in European Studies from the University of Tirana.



MEASURING ASYMMETRIC INFORMATION IN ALBANIAN TOURISM

Evis Kushi, PhD

INTRODUCTION

As in other Mediterranean countries, tourism is one of the most important industries in Albania. According to the statistics of the Ministry of Tourism, Culture, Youth and Sports (MTCYS, 2007) and the Institute of Statistics (INSTAT, 2007) in Albania, income from the tourism industry in 2007 increased by 17 per cent compared to 2006 and the holiday hotels sector represents the most developed sector within the industry. Notwithstanding its large potential and continuous progress, tourism in Albania is still facing some important problems (such as an undeveloped infrastructure, the poor environment, high prices and the development of an informal sector), which result in a low level of product quality in general. The main concern, however, is the poor management and distribution of information on Albanian tourism, in particular about the holiday hotels sector. Gorica (2005) argues that the lack of advertising and other necessary information sources and institutions represents important deficiencies for the development of the tourism industry in Albania. Generally for foreign visitors it is very difficult to obtain detailed and accurate information on Albania in their own countries. The information provided by media on Albania is unfortunately focused more on crimes or other problems; sometimes they even misinform the tourists about the country's security and stability. The official diplomatic sources provide only little information, while Albanian Embassies are incapable of promoting Albanian tourism (Beka, 2002).

However, the tourism industry is generally characterised by a large degree of asymmetric information (Clerides et al., 2004, p.2; Wiig, 2004, p.1 and Caccomo and Solonandrasana, 2001). This is the situation in which at least some relevant information is known to some but not all parties involved, which causes markets to become inefficient, since all the market participants do not have access to the information they need for their decision making processes. Since Akerlof (1970), most studies on information asymmetry theory indicate that its presence in the market lowers the quality and raises the average prices of products. Carlton and Perloff (2004b) noted that although not all markets with asymmetric information degenerate so that only the lowest-quality item is sold, there is always inefficiency in these markets relative to a world with perfect information: quality levels are too low. The low-quality inefficiencies are due to a negative externality in which the firm does not



completely capture the benefits from selling a higher-quality product. This was explained in Akerlof's (1970) seminal article (The market for "lemons": quality uncertainty and the market mechanism). When a seller provides a relatively high-quality product, the average quality in the market rises, so buyers, who lack information on individual products, are willing to pay more for all products. That is, the high-quality seller shares the benefits of its high-quality product with sellers of lower-quality products by raising the average price to all. Because the price based on average quality is less than the cost of producing the higher-quality product, a firm is unwilling to produce and sell it (Carlton and Perloff, 2004b, p.445-446). The development of the theory also suggests that where some consumers are fully informed and others have limited information, there is either a single-price equilibrium at marginal costs or a multiple-price (monopolistically competitive) equilibrium, where some stores charge a high price and others charge marginal cost, even though the good is homogeneous.

The presence of the phenomenon of information asymmetry in Albanian tourism seems to be neglected in much of the previous research. Previous studies on Albania, by focusing on tourism development and problems in general, have largely ignored the analysis of asymmetric information particularly on the holiday hotels sector. Thus, the importance of investigating these issues in the holiday hotels sector in Albania, combined with the lack of any such research to date, provides the rationale of this paper. It examines not only the degree of information asymmetry in the tourism market in Albania but also identifies ways in which policy interventions could minimise its negative impacts.

RESEARCH METHODOLOGY AND DATA

Given the lack of studies and data on the holiday hotels sector in Albania, as discussed in Section 1, this paper makes use of primary data. A field survey was conducted to collect the necessary information through the use of two different questionnaires, one for holiday hotels representatives and another for tourists. The cross-sectional survey was conducted during the peak season of summer 2006 (4-9 August 2006) in Durres area. It covered Durres coast because, according to MTCYS (2005) and INSTAT (2005), it represents one of the main destinations of the holiday hotels sector in Albania.

Given the difficulties involved in primary data collection, a pilot survey was undertaken in the study area in order to assess the feasibility of collecting the necessary information, maximising the reliability of data and the questionnaire design. The first objective was to ensure that questions would be clearly understood and answered by respondents and they would be prepared to answer them. It was noticed that commonly hotel managers did not like



giving information on their activities and so the main concern was the hotel rather than tourist interviews. Saunders et al. (2000, p.249) points out that managers are more likely to agree to be interviewed, rather than complete a questionnaire, especially where the interview topic is seen to be interesting and relevant to their own current work. As specific problems arise in the collection of such data, the questionnaire is based on face-to-face structured interviews rather than self completed questionnaires.

The sample of hotels. The initial aim was to gather the information on the whole population of holiday hotels in Durres area. Effort was made to achieve this by working with the local officials of Durres District and representatives of MTCYS who provided this study with the available information. However, several difficulties were faced at this stage because there was no complete list of holiday hotels in any local agency, national office or ministry. Also, there were some unregistered holiday hotels that were not legally built and were operating in the informal economy. In 2006 complete information was obtained on 83 hotels which were in regular operation and were willing to cooperate and give the information needed.

The sample of tourists. Most research samples are a trade-off between representation and efficiency. So, given the limited time and budget of this research, it was necessary to identify the smallest sample possible to give representation. The sample size optimisation formula (MaCorr, 2006) is used in order to gain a representative sample of tourists and to minimise both sampling error and bias. Also, based on Brace (2004) and Cameron and Trivedi (2005), the most appropriate sampling method to be employed in this survey is a Quota Sample. This method attempts to ensure that the sample of tourists is representative by selecting sample elements in such a way that the proportion possessing a certain characteristic is approximately the same as the proportion of the population (Brace, 2004, p.328). In summary, after the survey the sample consisted of 454 tourists over 83 holiday hotels in the Durres region.

DISCUSSION OF THE RESULTS

Several measures were specified to identify possible asymmetry of information on Albanian holiday hotels. They are measured from both hotel and tourist questionnaires and consider the proportion of domestic and foreign tourists in the hotel, the country of residence, the source of information about the hotel and previous visits to the hotel. Other variables are related to the advertising activities of the hotels, such as the employment of advertising in particular media and the relative expenditure on advertising activities. Based on the survey data, these measures are statistically analysed in this section.



Ratio between domestic and foreign tourists and country of residence.

Recently Albania is one of the favourite destinations for Albanian ethnic tourists from Kosova, Macedonia and Albanian tourists living abroad. Therefore, these “foreign” tourists recently represent a high proportion of the total number of tourists in Durres area. The survey confirms this through both questionnaires. Figure 1 (a) presents the proportion of domestic and foreign tourists in the hotels of the dataset according to the hotel questionnaire. These are respectively 37 per cent and 63 per cent. Figure 1 (b) presents the distribution of tourists from the tourist questionnaire by the country of residence. According to this, the proportion of domestic tourists is 34 per cent, close to that from the hotel questionnaire, thus indicating that tourists’ sample is representative.

Based on the Tourists-and-Natives Model (Carlton and Perloff, 2004b), the high proportion of foreign tourists in the dataset may be an indicator of possible asymmetric information in the holiday hotels sector in Albania. However, Albanians may not be the “natives” in the sense of this model if they do not have the required information, because they also may not be fully familiar with the locality and hotels. Repeat visitors may be better informed about the hotel characteristics or/and price. The average proportion of the repeat visitors in the hotels of the dataset is 58 per cent, which is higher than the proportion of domestic tourists (34 per cent). This difference indicates that many of the foreign tourists are repeat visitors and therefore it cannot be assumed they are uninformed. Thus, this variable may be better distinguishing characteristic of a “tourist” and “native” than the country of residence. Tourists may also be informed by friends, advertising or other sources of information.

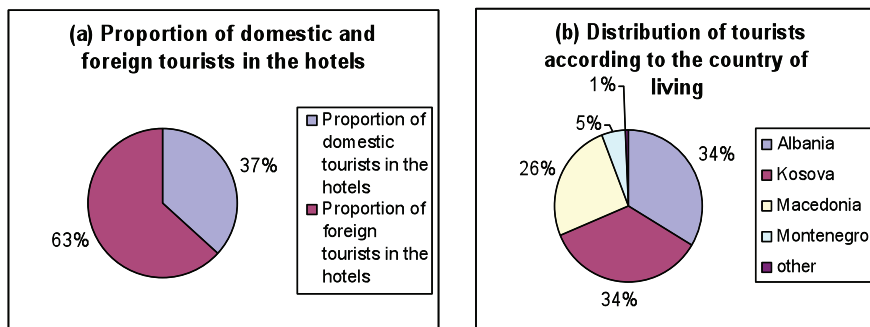


Figure 1. Distribution of tourists according to their country of residence (in %) (a) From the hotels’ questionnaire (b) From the tourists’ questionnaire



Source of information about the hotels. Section 1 discussed the poor management and distribution of the information about Albanian tourism, in particular the holiday hotels sector. The existing tourist offices are poor intermediaries between tourists and their destination (Gorica, 2005). This represents an important deficiency for the development of the tourism industry in Albania. The results of the survey clearly reflect this situation. Figure 2 presents the proportion of tourists according to the source of information they had on the hotel. The majority of the tourists in the sample are informed through previous visits or friends/word of mouth, respectively 49 per cent and 34 per cent. There is general agreement in the literature (for example, Barclays Review, 1997 and Stokes et al., 1997) that word of mouth is the principal source of new business acquisition for small and medium-sized enterprises.

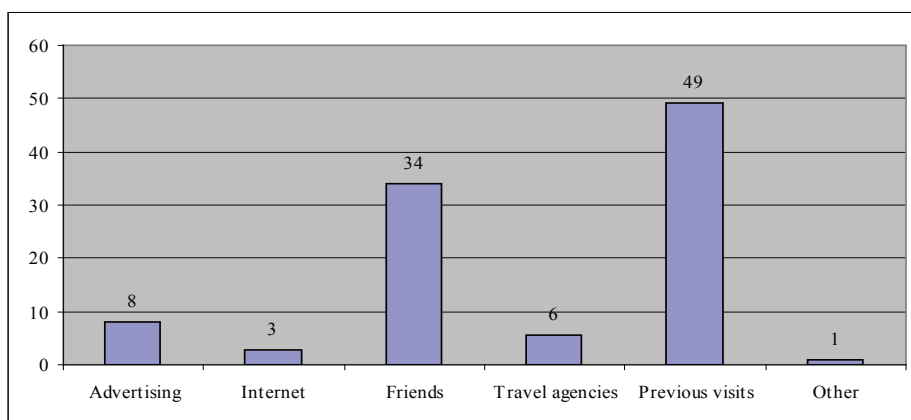


Figure 2. Distribution of tourists according to the source of information (in %)

Only 8 per cent of the tourists in the sample are informed through advertising (in TV, radio or press) and the nine per cent remaining are informed through travel agencies or the Internet, respectively six per cent and three per cent. The last category considers the cases where tourists' choice of the hotel is casual. However, this proportion is very small, suggesting that people always try to find information when making their choices.

In order to compare the behaviour of domestic and non-resident tourists in the sample toward different sources of information, Figure 3 presents the relationship between source of information and country of residence. It can be seen that 41 per cent of domestic tourists choose their accommodation through friends/word of mouth, while just 28 per cent of foreign tourists make use of this source of information.

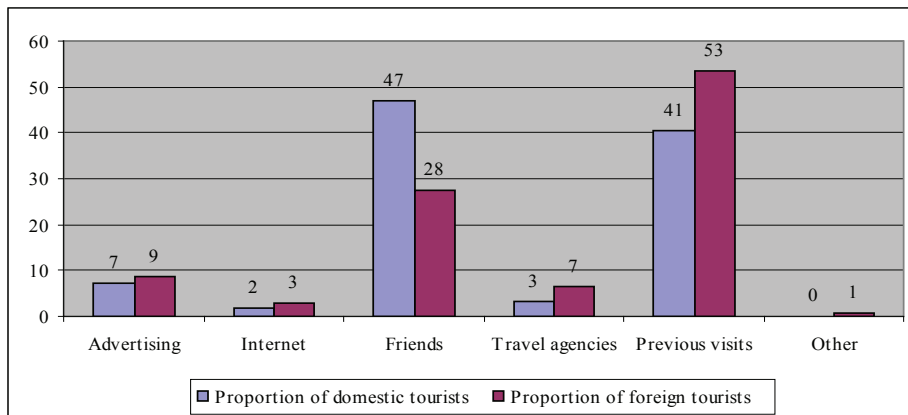


Figure 3. Distribution of tourists by source of information and country of residence (in %)

These results reflect some particular social characteristics of the domestic tourists which are inherited from the last decades. After the fall of the communist regime in Albania, people started to mistrust state and public institutions. Interpersonal relationships gradually became an important source of information for many products and services (including holidays). This may also explain why the domestic tourists rely less than foreign tourists on travel agencies. Even though this difference is small (three per cent of domestic tourists and seven per cent of foreigners), it still may indicate that the travel agencies are less efficient within Albania compared to other countries in the region. On the other hand, this low proportion of travel agencies as a source of information might reflect the new tastes of Albanian people for other Mediterranean holiday destinations. Hence, recently Albanian travel agencies are focused on the marketing of foreign packages rather than the promotion of domestic tourism. Figure 3 also indicates that the majority of foreign tourists in the dataset (about 53 per cent) are repeat visitors.

Price negotiations. The dataset gives information about the difference between the proportion of hotels which negotiate prices and tourists who had negotiated prices with hoteliers. About 20 per cent of the hoteliers in the dataset replied that their prices are negotiable with tourists rather than fixed. However, the tourists' questionnaires showed that a very low proportion of them (about two per cent) had negotiated prices with hoteliers. These results reflect the possible presence of asymmetric information between tourists, with many of them not aware of negotiation opportunities on prices and thus accepting the posted prices by the hoteliers.



Price discrimination between domestic and foreign tourists. Although about 92 per cent of holiday hotels (61 out of 66 that declared their prices) charge equal prices to all their potential visitors (domestic and foreign), about five holiday hotels stated that they employed price discrimination. Table 1 indicates that in these cases the declared prices charged to foreigners are on average 26 per cent higher than prices charged to domestic tourists. These figures indicate some limited initial evidence of the Tourist-and-Natives theory regarding the effects of asymmetric information on the Albanian holiday hotels sector.

Table 1. Price discrimination between domestic and foreign tourists

No	Prices* for domestic tourists	Prices for foreign tourists	Price difference (in %)	Number of hotels	Proportion of hotels
1	25	30	20	1	1.52
2	20	25	25	2	3.03
3	20	30	50	1	1.52
4	18	20	11	1	1.52
Total				5	7.6

* price in EUR per double room per night

Advertising in media. As previously considered with source of information, a number of studies in the literature (Barclays Review, 1997) have indicated that the most important source of new customers for small firms are recommendations from existing customers. Stokes et al. (1997) found that reliance on word of mouth from customers and other sources such as suppliers seemed to apply across most sectors and ages of small and medium-sized enterprises. This led some owners to conclude that they did not need to promote their business by conventional marketing methods as sufficient new business came from recommendations. Similarly, Albanian small firms in general do not use advertising or just spend a very restricted amount of money because of the low level of revenues (Gorica, 2002). This amount is even lower in the case of the holiday hotels sector where the peak season is very short (a maximum three to four months during the summer). Sometimes advertising expenditures are conditional on annual revenues so that firms employ advertising only during prosperous periods. The dataset clearly reflects this situation. About 53 per cent of holiday hotels in the dataset employ advertising in media during the peak season, while 47 per cent do not.



In order to have a clearer idea about the hotels which do advertise, Figure 4 presents the distribution of holiday hotels according to the employment of advertising in media and size categories of the hotels. As expected, the majority of small hotels (79 per cent or 15 out of 19 hotels with less than 10 rooms) do not spend on advertising in media, probably because of their limited financial capacities, as argued above by Gorica (2002).

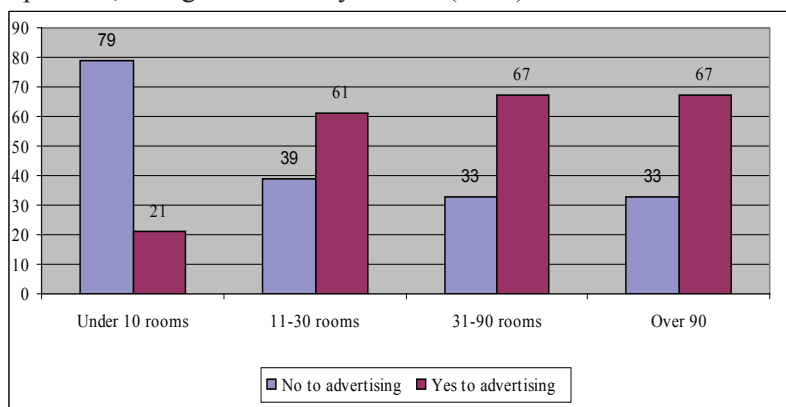


Figure 4. Distribution of hotels by the advertising employment and size categories (in %)

Advertising expenditure. The pilot survey identified that the most accurate measure of advertising expenses was the percentage of total annual revenue which goes to advertising activities. Table 2 indicates that the majority of hotels that advertise in the dataset (35 out of 44 hotels or 43 per cent of all hotels in the sample) spend on advertising a maximum of five per cent of their total annual revenue. On average, the holiday hotels in the dataset spend 4.5 per cent of their total annual revenue for advertising activities.

Table 2. Percentage of the total annual revenue which goes to advertising activities

Advertising expenditure (% of total annual revenue)	0%	1%	2%	3%	5%	10%	15%	Total
Number of hotels	39	18	8	3	6	2	7	83
Proportion of hotels	47	22	10	4	7	2	8	100

The effectiveness of advertising medias. Based on pilot results, the survey investigated the six important advertising medias which were employed by



holiday hotels in the study area. The holiday hotels which advertise (44 out of 83) were asked their ranking of the effectiveness for each employed media. Table 3 summarises their answers. The most frequent and effective medias considered were television, own website and travel agencies, which were employed by the majority of the hotels who advertised, respectively 75 per cent, 63.6 per cent and 61.4 per cent of hotels in the dataset.

The results reflect the particular behaviour and preferences of Albanian people towards different medias. Television is the most popular and reliable media in Albania (Albanian Media Institute, 2006). People are more influenced by it in everyday life rather than the radio and press. At the same time, Albanians are characterised by the desire and willpower for embracing very quickly the newness and especially the new technologies, such as Internet. Hence, holiday hotels generally employ these advertising medias trying to act in response to the people needs and tastes.

Table 3. Effectiveness ranking for each advertising media (in %)

Advertising media	Most effective	Effective	Not so effective	(Not employed)
Press	18.2	11.4	6.8	63.6
Television	31.8	20.5	22.7	25
Radio	4.5	18.2	2.3	75
Travel agencies	29.6	15.9	15.9	38.6
Mail	0	0	0	100
Own website	38.6	18.2	6.8	36.4
Other medias	4.5	9.1	0	86.4

However, it is important here to compare the number of hotels using their own website and the number of tourists that were informed through this source of information. The results indicate that, although 63.6 per cent of the hotels that advertise employ this advertising media and 38.6 per cent of them (or 20.5 per cent of all hotels in the sample) considered it as “most effective” (Table 3), only about three per cent of tourists replied that they were informed through this source about the hotel (Figure 2). These results may reflect again the possible presence of asymmetric information in this market, since tourists may not be informed about the existence of this kind of advertising and thus do not use it. An alternative explanation may be that tourists use the Internet as a source of information but they may not trust it and make the choice based on friends (word of mouth) or previous visits.



Concerning travel agencies, 29.6 per cent of the hoteliers that advertise replied that this is the most effective media for their business. In general, hoteliers think that travel agencies are useful for tourists because they can provide complete and flexible information about hotel attributes, zones, prices, and so on. However, although 20 per cent of the tourists in the sample had arranged their prices through travel agencies, only six per cent were informed through this source. This suggests that, travel agencies may not be an effective advertising media for Albanian holiday hotels.

CONCLUSIONS

This paper was focused on the asymmetric information in Albanian tourism and particularly holiday hotels sector using the dataset provided by the cross-sectional survey. Importantly, it showed some evidence of the existence and the effects of the asymmetric information in this market. More specifically, the main initial evidence are the cases of negotiations between hoteliers and tourists and the price discrimination between domestic and foreign tourists. It seems that, although many hoteliers are prepared to discuss prices, many tourists do not negotiate prices because they are not informed of these opportunities, reflecting the presence of asymmetric information among tourists. Interestingly, about eight per cent of the holiday hotels which declare their prices, have employed the price discrimination and the prices charged to foreign tourists are on average 26 per cent higher than prices charged to domestic tourists. Moreover, a considerable proportion of hotels employ their own website as an advertising media, but only a few tourists replied that they were informed through this source, which may be important for future business decisions. Also, this may reflect again the possible presence of asymmetric information in this market, since tourists may not know about the existence of this kind of advertising and thus do not use it.

As emphasised in this paper, the lack of information and marketing constitutes a major deficiency of Albanian tourism. There is an urgent need to strengthen the policy awareness for the marketing and promotion of Albania as a tourist destination. It is important to establish efficient institutions which may elaborate and co-ordinate the related policies and strategies. These institutions may work for a more intensive representation of the country at tourism trade fairs and other international activities. The role of Government should be not only to increase the level of budget for these activities but also to work closely with the private sector and encourage the private initiatives to improve the international image of Albania.

Finally, this paper has examined an area largely unexplored by economists and further research devoted to this point may generate more revealing and useful insights.



BIBLIOGRAPHY

- Akerlof, G. (1970): 'The Market for Lemons: Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism', *Quarterly Journal of Economics*, 84 (3): 488-500
- Barclays Review (1997): *Marketing and the Small Firm*, May, London: Barclays Bank PLC
- Brace, I. (2004): *Questionnaire Design: How to Plan, Structure, and Write Survey Material for Effective Market Research*, London: Kogan Page Limited
- Caccommo, J. and Solonandrasana, B. (2001): 'Tourism Activities and Price Differences: Imperfect Information and Asymmetric Competition', in: 28th Annual Conference 'European Association for Research in Industrial Economics', Proceedings, Dublin (Ireland), 30 August - 2 September 2001
- Cameron, A. and Trivedi, P. (2005): *Microeconometrics: Methods and Applications*, New York: Cambridge University Press
- Carlton, D. and Perloff, J. (2004): *Modern Industrial Organization*, Fourth edition, London: Addison-Wesley
- Gorica, K. (2002): 'Albanian Tourism Management - The Future Path to Sustainable Development', PhD dissertation, University of Tirana, Albania
- Gorica, K. (2005): 'Si Duhet te Menaxhohen Problemet e Zhvillimit te Turizmit? (How should the problems of tourism development be managed?)', *Economy and Business*, March 2005, Albania
- Heusinger, M. (2005): 'The Market Potential of Berat as Tourism Destination: Preliminary Analysis for Regional Tourism Policies', Co-PLAN – Institute for Habitat Development, URL <http://www.lokdocs.regio-berater.de/comment-on-tourism-dev.pdf>
- Instituti i Statistikës (2006): *Albania in Figures*, URL <http://www.instat.gov.al/>
- Keane, M. (1996): 'Sustaining Quality in Tourism Destinations: An Economic Model with an Application', *Applied Economics*, 28 (12): 1545-1553
- Keane, M. (1997): 'Quality and Pricing in Tourism destinations', *Annals of Tourism Research*, 24 (1): 117-130
- MaCorr (2006): 'Sample Size Optimization', URL http://www.macorr.com/ss_methodology.htm
- Ministria e Turizmit, Kulturës, Rinisë dhe Sporteve (2007): *Preconditions for the Tourism Development in Albania*, URL <http://www.mtkrs.gov.al/>
- Nivet, J. (2004): 'Corporate and public governances in transition: the limits of property rights and the significance of legal institutions', *European Journal of Comparative Economics*, 1 (2): 3-21
- Rothstein, B. (2000): 'Trust, Social Dilemmas, and Collective Memories: On the Rise and Decline of the Swedish Model', *Journal of Theoretical Politics*, 12 (4): 477-501
- Stokes, D., Fitchew, S. and Blackburn, R. (1997): 'Marketing in Small Firms: A Conceptual Approach', Report to the Royal Mail, Small Business Research Centre, Kingston University, Kingston-upon-Thames
- Wiig, A. (2004): 'Risk and Disintermediation in Tourism', CMI Working Paper, No. 6, Chr. Michelsen Institute Development Studies and Human Rights, Bergen



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Трајко Мицески*, Петар Клетникоски**

ЗАЕДНИЧКАТА АГРАРНА ПОЛИТИКА НА ЕУ

Abstract

The common agricultural policy (CAP) established in 1962, have undergone many reforms in its history by founding the common market organizations which, generally speaking, could be assigned to two phases. In the first phase the CAP had an aim to increase productivity and to ensure a satisfactory standard of living for the farmers. In this period, support to the agriculture had be given through the price system, what in time had led to the fulfillment of the aims imposed, but also to the disturbanace of relationships between the offer and demand of the internal market. The second phase of the development of the CAP, which had been institutionalized by the Treaty from 1992, had been characterized by the transition from the yielding the support to agriculture by a price system to a direct payment system to the producers with a permanent decrease of these expencies and focusing the support to the rural development.

Key words: *Common agricultural policy (cap) of EU, price system, support to the agriculture, direct payment system, rural development.*

Вовед

Земјоделството е еден од најзначајните економски сектори во Европската унија (ЕУ). Во моментов, ЕУ е вториот по големина извозник и најголемиот увозник на храна во светот. Токму поради значењето што земјоделството го има за европските граѓани, како за земјоделските производители така и за потрошувачите, Европската унија го регулира овој сектор преку Заедничката аграрна политика (ЗАП). ЗАП првенствено настанала од настојувањето да се обезбеди ЕУ со доволни количини на квалитетна храна по контролирани цени.

Со стекнување на кандидатскиот статус за членство во ЕУ во декември 2005 година, Република Македонија е чекор поблизу да стане рамноправна земја-членка на ЕУ. Прв чекор за приспособување на земјоделството во Р. Македонија кон земјоделството на ЕУ е да се разбере

*Универзитет „Гоце Делчев“, Економски факултет, ул. „Генерал Михајло Апостолски“ бр.33, Штип, Р. Македонија, trajko.miceski@ugd.edu.mk

**Универзитет „Гоце Делчев“, Земјоделски факултет, ул. „Крсте Мисирков“ бб, 2000 Штип, Р. Македонија, petar.kletnikoski@ugd.edu.mk



Заедничката аграрна политика (ЗАП) на ЕУ, што воедно ќе претставува и цел на овој труд. Заради овие причини во овој труд ќе се обидам да дадам краток приказ на Заедничката аграрна политика на ЕУ и предизвиците на Р. Македонија на патот кон ЗАП на ЕУ.

Во овој труд најчесто ќе се користат компаративниот метод, интерната метода, како и историскиот метод на истражување.

Историјат на ЗАП

Заедничка аграрна политика ги има своите корени во педесеттите години на минатиот век. Опасноста од глад и од сериозно осиромашување на европските фармери ги натерала водачите на шесте земји-членки на заедницата да формулираат заеднички правила за земјоделството.

Концептот за механизмот на ЗАП е усогласен на Стреса конференцијата во јули 1958 година, а во 1960 година е прифатен од страна на тогашните шест држави-членки на ЕЕЗ¹.

Суштината на ЗАП се состоела во тоа што на фармерите им биле загарантирани откупни цени на производите кои ги произведувале. Гаранцијата која ја формулирала ЗАП значела дека секој вишок на производи што ќе им се јавел на фармерите ќе бил откупен од страна на комисијата и на тој начин се избегнувала загубата за фармерите. Токму поради загарантираниот откуп, при одлучувањето што да произведуваат, фармерите не воделе сметка за тоа кои производи се барани на пазарот. Тие се труделе да произведат што поголеми количини за коишто во секој случај имале загарантиран откуп. Покрај ова, фармерите добивале и субвенции, односно финансиска помош за реструктуирање на фармите во смисла на развој и модернизација на производниот процес. Дополнителна заштита биле и високите царини за увезените земјоделски производи, што влијаело на тоа домашните производи да се значително поевтини од увезените.

И покрај тоа што овие мерки во почетокот добро ја одиграле својата улога и обезбедиле сигурност за фармерите, веќе во осумдесеттите години на минатиот век се појавиле проблеми во функционирањето на ЗАП. Како прво, субвенциите и откупот на вишокот производи биле значителен товар за заедничкиот буџет. Понатаму, вишокот производи што го откупувала комисијата се пласирале на светскиот пазар, по пониски цени на не-европските производи и загуба за земјоделците од другите региони на светот.

¹ Германија, Франција, Италија, Белгија, Холандија и Луксембург (замји-потписнички на Римскиот договор)



Дефинирање и инструменти на ЗАП

Правната основа на ЗАП на ЕУ е дефинирана со членовите 32 до 38, од Договорот за конституирање на Европската унија.

Во член 33, став 1 од Договорот, се поставени долгорочните цели кои би требало да ги постигне ЗАП. Тие се:

1. подигање на продуктивноста во земјоделството и промовирање на техничкиот прогрес, преку обезбедување на рационален развој на земоделското производство и оптимално користење на факторите за производство, а посебно работната сила;
2. обезбедување подобар животен стандард за земјоделската популација, поточно зголемување на примањата на лицата кои се директно ангажирани во земјоделството;
3. стабилизација на пазарот;
4. сигурност во снабдувањето и
5. прифатливи цени за потрошувачите.

За да се овозможи остварување на поставените цели, со член 34 е пропишано основање на заедничка организација.

Трите принципи кои се дефинирани уште во 1962 година, на кои се базира ЗАП, а со самото тоа и заедничката организација на пазарот, се:

1. **Единствен пазар** - коректно користење на овој принцип бара заедничко регулирање на цените, исплаќање на помош и правила за конкуренција, хармонизирани прописи за здравствено осигурување и административни процедури, како и заедничка надворешно-трговска политика.
2. **Приоритетност на Унијата** - овој принцип се обезбедува со активности на две нивоа: а) преку давање приоритет на земјоделските производи од Унијата во однос на увозните производи и б) преку заштита на внатрешниот пазар од нарушувања предизвикани со увоз на земјоделски производи со ниски цени, како и од нарушувања на светскиот пазар. Основна цел на овој принцип е да го заштити производството внатре во Унијата од увоз од трети земји.
3. **Финансиска солидарност** - трошоците кои произлегуваат од примената на ЗАП мораат да бидат поделени помеѓу сите земји - членки, без оглед на нивниот национален интерес.

Заради тоа, уште во 1962 година е основан Европски фонд за гаранција и извоз во земјоделството (FEOGA).² Овој фонд се состои од Гарантен

² Glossary of the Common Agricultural Policy and the Agenda 2000 Reform (European Parliament, 1999), стр. 5



оддел и Оддел за насочување и секогаш располага од 60% до 70% од вкупниот буџет на Унијата. Зависно од производот, активностите можат да бидат во форма на интервентни цени, поддршка во производството (премија), компензациона помош за намалување на производството и др.

Реформи на ЗАП

Во изминатиот период, ЗАП успеала да ги исполни иницијалните цели кои ѝ биле поставени. Меѓутоа, покрај позитивните се појавиле и негативни ефекти од овие мерки. Пред сè, производството во голема мера ги надминало потребите на внатрешниот пазар, создавајќи огромни стокони вишоци, така што издатоците за поддршка на земјоделството растеле експоненцијално. Поради овие причини ЗАП низ своето постоење претрпела неколку реформи.

Во 1968 година, комисијата објавила „Меморандум за реформи на ЗАП“, познат како „Меншолтов план“. Планот предвидувал намалување на бројот на вработените во земјоделството и окрупнување на земјоделските поседи, со цел да се зголеми продуктивноста.

Во текот на 1972 година, во ЗАП биле воведени структурни мерки со цел да се модернизира земјоделството. Меѓутоа, и покрај континуираните структурни промени во текот на наредните децении, основниот проблем и понатаму останал - односот помеѓу понудата и потрошувачката на пазарот на земјоделски производи и понатаму останал неизбалансиран, што резултирало со непрекинат пораст на стоконите вишоци. Заради тоа во 1983 година комисијата донела радикална реформа која била претставена две години подоцна како Зелен документ на тема „Перспективите на заедничката аграрна политика“ (1995 год.). Зелениот документ со мерки имал за цел да ги изедначи понудата и побарувачката, да воведо нов начин за намалување на производството во најзагрозените сектори, да анализира нови алтернативни решенија за иднината на ЗАП.

На 21 мај 1992 година Советот ја усвои реформата McSharry³. Токму оваа реформа ја означиле пресвртницата во развојот на ЗАП, со што е предвидено намалување на цените на земјоделските и прехранбените производи, со цел да се овозможи нивна конкурентност на внатрешниот и светскиот пазар, додека намалените приходи на фармерите би биле компензирани преку директни исплати на фармерите. Освен тоа, оваа реформа вовела дополнителни мерки за уредување на пазарот, како и за заштита на околината.

³ Името на оваа реформа доаѓа од името на комесарот за земјоделство Ray Mac Sharry



Во јули 1997 година, комисијата предложила нова реформа на ЗАП во рамките на планот на Агенда 2000⁴, кој претставувал проекција на развојот на ЕУ во периодот од 2000 до 2006 година, земајќи го предвид и очекуваното проширување на Унијата. Со оваа реформата се врши замена на системот за поддршка на земјоделството преку заштитни цени, со системот на директни плаќања на фармерите. Со оваа реформа е предвидена силна поддршка за рурален развој што го опфаќа развојот на недоволно развиените рурални подрачја, обука на млади фармери и др.

Во јуни 2003 година се случуваат уште потемелни реформа на ЗАП. Ова не значи напуштање на финансиската помош за фармерите, туку реформирање на истата.

Финансирање на ЗАП

Финансирањето на земјоделството во ЕУ се врши преку Европскиот земјоделски гарантен фонд (EAGGF). Постојат два основни „столба“ за поддршка во земјоделството.

Поддршка на пазарот и приходот на земјоделците (Столб 1)

Мерките за поддршка на пазарот и приходите се оние коишто најблиску се поврзани со земјоделството. Тоа се мерки за подобар пласман на пазарот и директни субвенции за европските производители. Досега поддршката во приходот и во помал размер поддршката на пазарот се главните издатоци во финансирање на ЗАП. Меѓутоа, тоа постепено се менува како се развива ЗАП.

Рурален развој (Столб 2)

Вториот столб се однесува на програми кои ќе обезбедат рурален развој. Целта на скорашно развиената политика на ЕУ е да обезбеди развој и создавање на нови работни места во руралните региони. Во таа смисла, ЕУ се фокусира на неколку најзначајни прашања и тоа: обезбедување на поголема конкуренција во фармерството и шумарството, заштита на животната средина, развој на туризмот, подобрување на животниот стандард на фармерите и разноликост на руралната економија.

⁴ Агенда 2000: Strengthening the Union and preparing enlargement (http://europa.eu.int/comm/agenda/2000/index_en.htm)



Мерки за рурален развој

Политиката за рурален развој од Агенда 2000 нуди „мени» на мерки. Земјите-членки избираат кои од тие мерки најмногу одговараат на потребите за нивните рурални средини, и тие се вклучени во нивните национални или регионални програми. Мерките за поддршка на ЕУ се кофинансирани од земјите-членки.

Човечки ресурси: млади фармери, рано пензионирање и обуки

ЕУ нуди финансиска помош да го поттикне трансферот на агробизнис од една генерација на друга, преку помошта за младите фармери да почнат да се занимаваат со таа дејност и преку поддршката за рано пензионирање (со цел фармите да се достапни за следната генерација).

Рурални средини со неповолни услови за земјоделско производство

Некои рурални средини се сметаат за помалку фаворизирани, бидејќи условите за работа се потешки. Овие потешкотии произлегуваат од природните недостатоци, како што се: планинските терени, климата, состојбата на почвата итн. и коишто ги зголемуваат производствените трошоци и ги намалуваат приносите. Фармерите во овие средини добиваат субвенции за да ги заменат додатните трошоци со кои се соочуваат. Овие плаќања зависат од улогата што овие фармери ја имаат во зачувувањето на природниот предел.

Преработка и маркетинг на земјоделски производи

Адаптирање на производството според побарувачката на пазарот и истражување на нови индустриски канали се битни за да се зголеми конкурентноста на секторот. Финансиите се достапни за инвестиции поврзани со подобрување на процесирањето и маркетингот на земјоделските производи.

Мерки за промоција на адаптацијата и развојот во руралните области

ЕУ донесува мерки коишто помагаат во земјоделскиот сектор за поголем економски развој во руралните области. Помагањето може да опфати, меѓу другото, подобрување на плодноста на почвата, основни услуги за руралната економија и населението, обновување и развој на селата и заштита и одржување на руралното наследство, диверзификација на земјоделските активности за обезбедување на повеќе активности или можен приход, управување со изворите на вода, поттикнување на туристичките активности и заштита на околината.



Високи стандарди, квалитет, заштита

Реформираната ЗАП придава голема важност на обврската која ќе ја имаат фармерите да ги почитуваат стандардите на ЕУ, кои се однесуваат на еколошката заштита, безбедноста на храната и благосостојбата на животните.

Во иднина, плаќања на фармерите ќе бидат достапни за земјоделците кои самоволно учествуваат во ЕУ или националните планови наменети да го подобрат квалитетот на земјоделските производи и процесите на производство што им дава сигурност на потрошувачите. Идните ЕУ планови за квалитет се одредени за поддршка на:

- заштита на географските показатели и името на потекло на земјоделските производи и храната;
- сертификати за одреден квалитет на земјоделски производи и храна;
- органско производство на земјоделски производи и индикатори кои се однесуваат на истите;
- квалитетно производство на вино во специфични региони.

ЗАП има добра политика којашто се однесува на органската храна и земјоделството.

Заклучок

Поради големото значење што земјоделството го има за европските граѓани, Европската унија го регулира овој сектор преку Заедничката аграрна политика (ЗАП). Заедничката аграрна политика е формирана во 1962 година, со основањето на заедничката организација на пазарот, и истата претрпела многу реформи. Долгорочните цели кои би требало да ги постигне ЗАП се: подигање на продуктивноста во земјоделството и промовирање на техничкиот прогрес, обезбедување подобар животен стандард за земјоделската популација, стабилизација на пазарот, сигурност во снабдувањето и прифатливи цени за потрошувачите. ЗАП се базира на следниве три принципи: единствен пазар, приоритетност на Унијата и финансиска солидарност.

ЗАП во минатото претрпела повеќе реформи. Поддршката на цените била главна стратегија во периодот 1958-1992 година и се користела паралелно со инструментите на трговската политика, Реформата McSharry во 1992 г. и Агендата 2000 постепено ја вовеле поддршката за руралниот развој/животната средина, поддршката по единица грло и површина, додека поддршката на цената се намалила. Поддршката на земјоделците доаѓа преку двата „столба“ на ЗАП.



Користена литература

- Агенда 2000: Strengthening the Union and preparing enlargement
(http://europa.eu.int/comm/agenda2000/index_en.htm)
- Dabovic D., PRAVNI OKVIR AGRARNE POLITIKE EVROPSKE UNIJE, 2002
Glossary of the Common Agricultural Policy and the Agenda 2000 Reform (European Parliament, 1999)
- Земјоделски извештај 2003, Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство, 2003 г.
- Михајловиќ Л., Ѓорѓевски Ѓ., „Економика пољопривреде и задругарство“, Пољопривредни факултет Нови Сад, 1997.
- Мурарџалиев А., „Аграрна политика на Македонија“, ЕИС, Скопје, 1994 г.
- Мурарџалиев А., „Нов приод кон предметот економика на аграрот“, Економски институт - Скопје, Скопје, 1999 г.



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

М-р Борјан Ѓоргиев

ОБРАЗОВАНИЕТО И МЕНАЏМЕНТОТ НА ЗНАЕЊЕ – ФАКТОРИ ЗА РАЗВОЈ НА ЧОВЕЧКИТЕ РЕСУРСИ ВО ЕКОНОМИЈА БАЗИРАНА НА ЗНАЕЊЕ

Апстракт

Глобалниот пазар и конкуренцијата во денешно време на стопанисување налагаат создавање на современи, ефективни и ефикасни економски и организациски модели и оптимизирање на секој процес во самите нив. За разлика од претходно во индустриската ера денес современите економии се базирани на експлоатација на информациите и знаењето како неограничен ресурс. Во постиндустриската ера базирана на знаење како најважни процеси се јавуваат неговото креирање, зачувување, дистрибуција и експлоатација на истото што ја определува и вистинската конкурентна предност.

Клучни зборови: *знаење, економија на знаење, човечки капитал, менаџмент на знаење, развој на човечки ресурси, образование*

Вовед

Знаењето е икона на современите економии. Живееме во време на информациска револуција каде социоекономскиот развој на едно општеството е сè позависен од креирањето на знаењето, трансферот и неговата експлоатација. Транзицијата на современите економии од економии базирани на експлоатација на материјални ресурси во економии базирани на експлоатација на информацијата и знаењето како нематеријални ресурси става акцент на вредноста на интелектуалниот капитал и интелектуалниот капацитет. На човекот се гледа како на креатор на знаење, а на знаењето како најважен ресурс за добивање на конкурентна предност, како од организациски аспект така и општествен аспект. „Знаењето се смета за основен ресурс на организациите и извор на богатство и конкурентна предност на нациите.“¹

Во контекст на економијата базирана на знаење како основен концепт се јавува „интелектуалниот работник“ или „работник на знаење“ кој како термин за прв пат бил поставен во 1959 година од страна на Peter Drucker. Интелектуалните работници се најважниот ресурс кој го имаат организациите базирани на знаење и од кои најмногу зависи организацискиот успех кој е условен како од постојана иновација

¹ The Blackwell Encyclopedic Dictionary of Management and Information Systems, 1998.



и креирање на знаење така и од соодветна експлоатација на истото. Вредноста на интелектуалниот работник претставува збирот на неговото знаење, искуство, вештини и потенцијал земајќи ја предвид и спецификата т.е. областа и побарувањето на истите на пазарот на трудот.

Поаѓајќи од човекот како носител на знаењето како најважен ресурс во економија базирана на знаење доаѓаме до образованието како најголема инвестиција во развојот на човечките ресурси во така базираната економија и последователно до менаџментот на знаење кој се концентрира на рационалната односно ефективната и ефикасната употреба на знаењето како важен нематеријален ресурс во современите производни и услужни процеси.

Знаење - социоекономски контекст

Се повеќе бизнис организации и општества се стремат кон целосна имплементација и трансформација во организации базирани на знаење или економии базирани на знаење, но многу малку од нив се стремат да го објаснат значењето на знаењето и како тоа функционира од организациски, економски и социјален аспект. Во ваков случај се доаѓа до парадокс во однос на суштината на менаџментот на знаење, економиите базирани на знаење и општествата базирани на знаење во кои токму еден од основните елементи е дистрибуцијата на знаењето. „Знаењето за знаењето е основа на менаџментот на знаење и политиката поврзана со знаењето“.²

Што е знаење е прашање што со векови човештвото и многу филозофи се обидуваат да го одговорат. Ќе се обидам да ја опишам суштината, улогата и важноста на знаењето, како и неговата употреба и бенефитите од истата. Една едноставна дефиниција е „знаењето е фактите, чувствата и искуствата поседувани од индивидуа или група на луѓе“³. Знаењето произлегува од информациите, но истото е побогато и позначајно од информациите. Многу автори информациите ги идентификуваат со знаење, како резултат на дејноста на зголемување на капацитетот на знаењето поврзувајќи го со стекнувањето и меморирањето на знаењето. Доколку не се промени знаењето по примањето на информација, тогаш информацијата останува на ниво на податок, а доколку го зголеми знаењето истата добива вредност.

Гледано од организациски аспект знаењето е „know-how“ и само по себе претставува капитал што го поседуваат луѓето во самата организација. Поаѓајќи од постиндустриската ера во која живееме и значењето на

² Handbook on Knowledge Economy. David Rooney, Greg Hearn and Abraham Ninan. EE Publishing, UK 2005

³ Collins English Dictionary



човечките ресурси во економиите базирани на знаење доаѓаат до неизбежна „војна“ на пазарот на трудот за човечки капитал слично на она во историјата кога нациите војувале за територии и материјални ресурси. Денес „Основното средство на производството е мало, сиво и тежи 1,3 килограми. Тоа е човечкиот мозок“⁴.

„Знаењето е моќ“⁵ е изрека која е факт, но дали можеме да ја употребиме без дополнително образложение? Знаењето во суштина не е неопходно за креирање на моќ. Се сложувам со тоа дека моќта вклучува и знаење, но не и дека знаењето е исто што и моќта. Сама по себе моќта од аспект на знаењето претставува знаењето и способноста за негово користење.

Општествениот развој и развојот на националната економија е тесно поврзан со развојот на човечките ресурси. Постои голема разлика помеѓу општествата кои ефективно и ефикасно го експлоатираат интелектуалниот капитал и оние општества кои не успеале да го искористат и базираат својот економски развој на човечкиот капитал. Општествата исто како и бизнис организациите имаат потреба од создавање и развој на човечкиот капитал. За разлика од теоријата за апсолутните предности на Adam Smith, која се базира на количеството на расположливи природни и производствени ресурси кои ги поседува одредено општество т.е. држава и во однос на тоа апсолутната предност која една држава ја има во однос на друга во општествата и економиите базирани на знаење апсолутната предност се заснова на квалитетот и квантитетот на човечките ресурси и човечкиот капитал како најважен национален ресурс.

При создавање и транзиција во економија, општество или организација базирана на знаење се става акцент на имплементирање на информациски технологии кои ги намалуваат расходите по дистрибуцијата, зачувувањето, обработката и креирањето на информациите т.е. знаењето. При имплементацијата на информациските технологии најчеста грешка се прави кога преголема важност им се дава на информациските технологии не земајќи го предвид тоа дека – технологијата сама по себе не може да создаде средина т.е. околина базирана на знаење. Технологијата е само алатка која поддржана од соодветна стратегија, култура, норми и општествен или организациски дизајн оптимално би се искористила за остварување на целта за создавање на општество, економија или организација базирана на знаење.

Една од основните карактеристики на знаењето е тоа што се јавува како знаење кое може да се зачува и пренесе или дигитализира и знаење

⁴ Ridderstrale J., Nordstrom K., Funky Business – Talent Makes Capital Dance, “ИнфоДАР” ЕООД – Софија, Бугарија, 2003

⁵ Sir Francis Bacon (1561 - 1626), Religious Meditations, Of Heresies, 1597



кое не може да се трансферира и дигитализира и е уникатно за секој човек. Од тука произлегува и основната категоризација на знаењето на експлицитно и тактичко т.е. материјално и нематеријално.

Знаењето во организацијата може да се разгледува од аспект на два појавни облика и тоа⁶:

1. материјален облик (explicit знаење) – планови, проекти патенти, лиценци, бази на податоци, пресметковни програми, прирачници итн.
2. нематеријален облик (tacit знаење) – знаење, идеи, визија, вештина, искуство, способност за решавање на проблеми, култура итн.

Табела 1 - Карактеристики на tacit и explicit знаењето

Tacit знаење	Explicit знаење
- не може да се научи	- може да се научи
- неартикулирано	- артикулирано (можно е да е артикулирано)
- невидливо при употреба	- невидливо при употреба
- комплексно	- комплексно
- системски елемент	- независно

Нематеријален облик на знаење (tacit знаењето) е сместено во главите на вработените и е неприкосновена сопственост на поединците, а материјалното облик на знаење (explicit знаењето) може да биде сопственост на претпријатието. Значи, претпријатието располага со tacit знаењето, само додека неговите сопственици или вработените се во тоа претпријатие. Затоа, целта на секое претпријатие е да го конвертира tacit знаењето во explicit знаење, коешто станува неотуѓиво за претпријатието.

Знаењето е продуктивно, само доколку се користи со цел на создавање на додатна вредност⁷.

Менаџмент на знаење – фактор за развој на човечките ресурси

Менаџментот на знаење е базиран на идејата дека најважниот ресурс на една организација е знаењето кое го поседуваат нејзините работници. Оттука и организациските перформанси се мерат врз база на тоа колку ефективно и ефикасно работниците можат да креираат знаење, да го споделат истото во рамките на организацијата и најважно од сè колку ќе го искористат истото за постигнување на организациските цели.

⁶ Winter, S. : Knowledge and competence as a strategic asset, The competitive Challenge, D.Teece, Ballinger, Cambridge, 1987

⁷ Andriessen, D., Making sense of intellectual capital: designing a method for the valuation of intangibles, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, USA, 2004,



Менаџментот на знаење е искористување на целокупното знаење на човечките ресурси во една организација за постигање на организациските цели.

Менаџментот на знаењето не е апсолутно детерминистички и предвидлив процес. Станува збор за управување со нелинеарни и тешко предвидливи процеси кои имаат скриена логика на функционирање. Заради тоа менаџментот на знаењето бара менаџери кои добро ја познаваат логиката на материјалниот облик на знаење (explicit знаењето), а истовремено и на нематеријалниот облик на знаење (tacit знаењето). Таквите менаџери треба постојано да учат, постојано да собираат нови информации, нови знаења, нови современи искуства и сите тие перформанси да ги трансформираат во знаења на знаења.

Ако порано капиталот и природните ресурси се сметаа како најважни фактори за конкурентна предност, денес се помалку важни во споредба со знаењето, вештините и културата која организациите ја имаат и која им овозможува користење на знаењето и талентот на нивните работници претворајќи го во приход на самата организација. Ова тврдење можеме да го докажеме преку индикаторите на годишниот приход и капитализација на компании од различни сегменти и базирани на искористување на различни ресурси (Табела 2).

Табела 2 - Продажби и пазарна вредност на компании од различни индустрии, септември 2001 г., во УСД (\$) милијарди⁸

Природни ресурси	Годишен доход	Капитализација
Placer Dom Gold	1.3	3.5
USX-US Steel	6.9	1.7
Alcoa Aluminum	24.4	35.1
Inco (nickel)	2.5	3.1
Phelps Dodge (copper)	4.5	3.3
Georgia Pacific (paper)	26.7	9.9
Weyerhaeuser (forest products)	16.0	12.1
Вкупно	82.3	68.7
Нафта	Годишен доход	Капитализација
Ashland	8.3	2.8

⁸ The Value Line Investment Survey, September 2001



British Petroleum	164.0	199.0
Chevron	45.4	62.4
Conoco	40.4	18.6
Exxon Mobil	200.0	310.0
Phillips Petroleum	19.3	15.9
Sunoco	14.0	3.2
Вкупно	491.4	611.9
Софтвер и Интернет	Годишен доход	Капитализација
Adobe	1.4	8.3
Intuit	1.26	7.5
Microsoft	25.3	326.0
Oracle	10.9	82.0
Siebel	2.3	11.0
VeriSign	.985	8.9
Yahoo	.715	7.7
Вкупно	42.86	451.4

Индикаторите во табела 2 покажуваат дека финансиските пазари им даваат многу поголема вредност на компаниите кои како основен ресурс ја користат технологијата и знаењето. Оттука произлегува и важноста за менаџирањето на знаењето и развојот на човешките ресурси, како најголем капитал на компаниите и општеството во постиндустријската ера. Сето ова го подредува менаџментот на знаење во основните потреби на организациите за да останат конкурентно способни во динамичната средина во која функционираат и по која се карактеризира денешната глобална економија. Затоа успехот на организациите во 21 век се карактеризира со способноста на истите за развој на човечкиот капитал преку креирање на знаење и експлоатација на истото.

Процесот на управувањето со знаењето може да се претстави и сликовито на повеќе начини. Но поради просторот на трудот ќе ја прикажам симплифицираната форма на Probst-овиот концепт на управување со знаењето, кој се заснова на „елементите на управување со знаењето“⁹.

⁹ Probst U.A. : Wissen managen, Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen, Frankfurt, 1998



Табела 3 - Симплифицирана содржина на елементите на менаџментот на знаење

Елементи	Симплифицирана содржина на елементите
Цели на знаењето	Формулирање на стратегиски, нормативни и оперативни цели на знаења во рамките на развојот на претпријатието, како развојот на знаења би можел да се насочи во насока на дефинирани цели.
Идентификација на знаењето	Идентификување на постоечките (непристрасна и точна прегледност на релевантните интерни и екстерни знаења, кои на недвосмислен начин придонесуваат за мисијата на организацијата) и идентификација на недостаточните знаења (по видови и обем).
Стекнување на знаење	Интеграција на екстерните носители на знаења заради јакнење на базата на организациските знаења (учење, обука, купени и разменети знаења).
Развој на недостаточните знаења	Развој на нови знаења и способности на индивидуално, тимско и организациско ниво со фокусираност на креирање на потребно знаење (усовршување, учење, тимско работење).
Делење (дистрибуција) на знаењето	Директна размена на знаењата помеѓу вработените (учење од други, трансфер на знаења) Најважно е знаењето да се направи достапно и расположливо (на право место во право време).
Употреба на знаењето	Создавање на реални можности за примена на знаењето за решавање на конкретни проблеми
Чување на знаењето	Кодификација на знаењето, односно документирање на процесите на развој и употреба на знаењето (претворање на tacit знаењето во explicit знаење со запишани процедури).
Вреднување на знаењето	Мерење на успешноста и ефектите на примена на елементите со управувањето на знаењето во однос на поставените цели на знаење.

Со комбинирање на различните средства на знаење во рамките на организацијата и анализа на соодветните елементи на управување со знаењето на менаџерите им се открива начинот преку кој е можно да се подобри управувањето со способностите на организацијата.



Образование – фактор за развој на човечките ресурси и создавање човечки капитал

Поаѓајќи од човекот и неговото знаење како највреден ресурс на едно општество или бизнис организација доаѓаме до образованието како основен фактор за развој на човечките ресурси т.е. образованието како процес во кој инвестирајќи создаваме капитал т.е. додадена вредност.

Знаењето, човечкиот капитал и образовното ниво на расположливите човечки ресурси се од огромно стратешко значење и затоа од голема важност е и создавањето на национална државна политика во однос на нивното унапредување и развој.

Во економијата базирана на знаење и општествата базирани на знаење каде образованието, учењето, креативноста и иновациите играат важна улога, реформирањето и дизајнирањето на образованието во современо и динамично образование кое ќе се приспособи на динамиката на глобалните пазари, претставува приоритет на политиката на држава која сака да биде конкурентно способна на глобалната економска сцена.

Во однос на образованието како процес преку кој се инвестира во човечкиот капитал ќе го споменам моделот на раст на Robert Lucas објавен во трудот „За механиката на економскиот развој“ во кој како основа на технолошкиот прогрес и економскиот раст го зема токму човечкиот капитал. Под човечки капитал подразбира општото ниво на вештини и знаење со кои располага поединецот, така што еден работник со човечки капитал $h(t)$ е продуктивен колку двајца работници со човечки капитал $1/2 h(t)$.¹⁰ Од ова може да заклучиме дека човечкиот капитал ја зголемува вредноста на трудот т.е. ја зголемува ефикасноста и ефективноста на поединецот. Единица труд станува попродуктивна ако нивото на човечки капитал е повисоко. Во држави на кои стратешка определба е постојаното инвестирање во образованието, а со тоа и во човечки капитал доаѓа до константно зголемување на растот на продуктивноста. Сепак при инвестирањето или подобро кажано субвенционирањето на образованието од страна на државата се јавува одредено несогласување. Од една страна се оние кои тврдат дека образованието треба да се субвенционира, бидејќи ја зголемува продуктивноста, а од друга страна се оние кои тврдат дека дури и ако образованието обезбедува позитивни екстерналии тоа нема да ги оправда целокупните ресурси инвестирани во него. Според Harvey S. Rosen “сè додека заработувачката на дипломците ја одразува нивната повисока продуктивност нема екстерналија”¹¹. Од ова доаѓаме до прашањето дали образованието е јавно или приватно добро. Образованието само по себе

¹⁰ Економски раст, основни теоретски концепти и модели. Димитар Ефтимоски, 2009 г.

¹¹ Public Finance. Harvey s. Rosen, Ted Gayer, McGraw-Hill, 2008



не ги исполнува критериумите да се класифицира како јавно добро кое е неконкурентно. Образованието го зголемува знаењето, вештините и способноста на неговите корисници со што би го подобриле квалитетот на живот. Но, иако во основа образованието е приватно добро истото обезбедува позитивни екстерналии. Основното прашање во однос на ова е дали даночните обврзници се оние кои индиректно ќе го плаќаат образованието или тоа ќе бидат директните корисници.

Заклучок

Општествениот развој и развојот на националната економија е тесно поврзан со развојот на човечките ресурси. Постои голема разлика помеѓу општествата кои ефективно и ефикасно го експлоатираат интелектуалниот капитал и оние општества кои не успеале да го искористат и базираат својот економски развој на човечкиот капитал. Општествата исто како и бизнис организациите имаат потреба од создавање и развој на човечкиот капитал.

Ако порано капиталот и природните ресурси се сметаа како најважни фактори за конкурентна предност, денес сè помалку важни во споредба со знаењето, вештините и културата која организациите ја имаат и која им овозможува користење на знаењето и талентот на нивните работници претворајќи го во приход на самата организација.

Технологијата сама по себе не може да создаде средина т.е. околина базирана на знаење. Технологијата е само алатка која поддржана од соодветна стратегија, култура, норми и општествен или организациски дизајн оптимално би се искористила за остварување на целта за создавање на општество, економија или организација базирана на знаење.

Знаењето, човечкиот капитал и образовното ниво на расположливите човечки ресурси се од огромно стратешко значење и затоа е од голема важност и создавањето на национална државна политика во однос на нивното унапредување и развој.



Користена литература

- The Blackwell Encyclopedic Dictionary of Management and Information Systems, 1998.
- Handbook on Knowledge Economy. David Rooney, Greg Hearn and Abraham Ninan. EE Publishing, UK 2005
- Ridderstrale J., Nordstrom K., Funky Business – Talent Makes Capital Dance, “ИнфоДАР” ЕООД – София, България, 2003
- Winter, S. : Knowledge and competence as a strategic asset, The competitive Challenge, D.Teece, Ballinger, Cambridge, 1987
- Andriessen, D., Making sense of intellectual capital: designing a method for the valuation of intangibles, Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, USA, 2004
- The Value Line Investment Survey, September 2001
- Probst U.A. : Wissen managen, Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen, Frankfurt, 1998
- Економски раст, основни теоретски концепти и модели. Димитар Ефтимоски, 2009 г.
- Public Finance. Harvey s. Rosen, Ted Gayer, McGraw-Hill, 2008



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

М-р Златко Бежовски

МАТРИЦА ЗА Е-БИЗНИС НАСТАП НА МАКЕДОНСКИТЕ КОМПАНИИ И ПРЕТПРИЕМАЧИ

Abstract

The growth and the development of the Internet and the electronic business in parallel have great influence at the globalization of the world economy what, from one side opens large potential markets, but from the other side increases the competitive pressure over the companies. These are the main reasons why the Macedonian companies and entrepreneurs have to include the electronic business in their business strategies so they could take the advantage of the new opportunities or to defend themselves from the emerging competitors. Having that in mind, in this paper we propose strategic matrix for e-business approach depending of the target market (domestic of foreign) and the origin of the offered product (domestic of foreign) what gives us four different approach options (quadrants). In correspondence with the approach the company has to select appropriate e-business model and to develop (or poses) certain key competences in order to succeed on long term bases.

Воведни согледувања

Како логична последица на сè понагласената глобализација на економијата, е-трговијата и е-бизнисот недвосмислено стануваат неопходна компонента во креирањето на бизнис стратегијата на компаниите, а исто така претставуваат и силен катализатор на економскиот развој, како на регионално така и на локално ниво. Моќностите на Интернетот и современите технологии незапирливо ги рушат бариерите за водење на бизнис на глобално ниво, со што целиот свет станува поле за конкурентска борба помеѓу компаниите без разлика на нивната големина и физичка локација.

Интеграцијата на информациската и комуникациска технологија (ИКТ) во бизнис процесите ги издигна на едно повисоко ниво односите внатре во самата организацијата, релациите помеѓу одделните организации како и релациите со клиентите. Конкретно, употребата на ИКТ во бизнисот ја зголемува продуктивноста, поттикнува поголема интеракција со клиентите, овозможува масовна кустомизација на производите и услугите а притоа ги намалува трошоците на работењето.



Со развојот на Интернетот и веб-базираните технологии, дистинкцијата на бизнисите според одредени карактеристики, како што е на пример големината на капиталот е релативно стеснета. Од друга страна, многу поголема улога игра стратегиското позиционирање, способноста на компанијата да ги детерминира можностите кои се појавуваат, користење на човечкиот капитал и вештини, со цел да се искористат настанатите можности преку издржана е-бизнис стратегија која е едноставна, практична и спроведлива во новото економско окружување. Можностите на Интернетот, комбинирани со соодветна стратегија им даваат шанса на малите и средните претпријатија да се натпреваруваат со големите и финансиски моќни бизниси во глобалната економија без граници и бариери.

Исто така, потврдено е дека во информатичката ера, електронскиот бизнис е моќна алатка за економскиот раст на земјите во развој. Електронската трговија ветува подобар бизнис за малите и средните претпријатија, како и одржлив економски раст на овие земји. Додека големите компании неминовно мора да воведат дигитализација на бизнис процесите со цел да опстанат на глобалниот пазар, малите и средните претпријатија се тие кои се пофлексибилни и иновативни. Сепак, поголемиот број од нив треба да се поттикнат со низа мерки да ги прифатат и имплементираат новите технологии во своето работење.

Светскиот електронски бизнис, особено во развиените земји, расте со големи годишни стапки. Компаниите во земјите во развој, помалку или повеќе партиципираат во електронската трговија како купувачи или продавачи, но се смета дека тоа е само дел од нивните крајни потенцијали. На пример: eMarketer проценува дека приходите од електронски бизнис на малите и средните претпријатија во Источна Европа (од 2003 до 2005 год.) се пораснати од \$6,53 милијарди долари на \$28.53 милијарди долари. Позитивните трендови ветуваат уште поголеми стапки на пораст во следните 5 до 10 години. Се претпоставува дека светската економска криза ќе ги намали стапките на раст, но по нејзиното завршување може да се очекува раст да продолжи со несмалено темпо. На електронскиот бизнис воедно може да се гледа и како на двигател кој ќе придонесе за забрзан излез од настанатата глобална економска криза.

Согледувајќи ги светските трендови и позитивните искуства, може да се заклучи дека постојат најмалку пет начини преку кои Интернетот и Е-трговијата им помагаат на компаниите во земјите во развој да стекнат или одржат конкурентска позиција а преку тоа помагаат и на целокупната економија. Имено, тие овозможуваат:



1. пристап на малите претпријатија и занаетчиите на светскиот пазар;
2. ја потпомага промоцијата и развојот на туризмот на земјите во развој на глобално ниво;
3. маркетинг на земјоделските производи во овие земји;
4. влез на фирмите во глобалните синџири на снабдување;
5. им помага на услужните претпријатија да функционираат поефикасно и директно да обезбедуваат услуги на глобалните клиенти.

Прифаќањето, имплементацијата и водењето на електронски бизнис, особено во земјите во развој, подразбира постоење на одредени предуслови што сето тоа ќе го овозможат. Мноштвото предуслови потребни за имплементација на електронскиот бизнис можеме да ги групираме како: инфраструктурни, технолошки, пазарни, кадровски, правно-политички, финансиски и општествени. Врз намалувањето на бариерите и креирањето на условите за прифаќање, имплементација и водење на електронски бизнис, покрај општата економска состојба во државата, голема улога играат клучните учесници во е-бизнис трансакциите, а тоа се: компаниите (кои се јавуваат како понудувачи, корисници и трансакциските партнери во е-бизнис процесите), како и крајните потрошувачи и владата. И покрај тоа што владата игра значајна улога во креирањето на клима и услови за одвивање на електронскиот бизнис, главната улога и одговорност за имплементација и развој ја имаат компаниите. Со други зборови кажано македонските компании и претприемчиви индивидуи, со цел да бидат конкурентни и да ги искористат можностите кои стојат пред нив, но и за да опстојат на глобализираниот пазар, потребно е што поскоро да го прифатат електронскиот бизнис како неопходна компонента на своето работење во земјава, но и на странските пазари.

Стратегиска матрица за Е-бизнис настап

Со цел посеопфатно стратешко согледување на можностите кои им стојат на располагање на компаниите за искористување на Интернетот и примена на информациски и телекомуникациски технологии за остварување на деловни цели, презентираме матрица за е-бизнис настап составена од четири квадранти (види слика бр.1). Секој од четирите квадранти ги претстава можностите за компаниите за настап во зависност од тоа кој им е целниот пазар, т.е. дали е тој домашен или странски и во зависност од тоа дали на клиентите ќе им се понудат домашни или странски производи¹. Можностите претставени во четирите квадранти

¹ Овде производот го подразбираме во поширока смисла и тој опфаќа физички и дигитални производи, услуги и информации.



може и да се комбинираат, при што во одредени случаи постои поголема компатибилност и комплементарност на стратегиите. Ваквиот пристап произлегува од фактот што при стратешкото позиционирање македонските компании не треба да се ограничат само на домашниот пазар кој е релативно мал, како и да се ограничат на нудење само на производите од македонско потекло кои поради различни причини може и да не се конкурентни на странскиот/глобалниот пазар. Матрицата треба да им даде појасна претстава на компаниите и претприемачите, и за потребните клучни компетенции и е-бизнис моделите при изборот на одредена стратегија за настап.

Првиот и вториот квадрант од матрицата го претставуваат настапот на македонските компании на домашниот пазар. Производителите имаат можност да ги елиминираат посредниците при што може да постигнат и подобри цени, додека препродавачите својата конкурентска предност може да ја постигнат преку проширување на асортиманот со конкурентски и комплементарни производи (и од домашно и од странско потекло), со што ќе задоволуваат поширок опсег на потреби на своите клиенти. Вториот и третиот квадрант ги разгледуваме заедно, бидејќи компаниите кои ќе понудат производи за он-лајн продажба на домашниот пазар, без разлика дали се работи за сопствени или набавени производи се соочуваат со исти или слични предизвици.

Главните предизвици за компаниите кои настапуваат на домашниот пазар се: да произведат или обезбедат (набават) производи погодни за он-лајн продажба, да го решат системот на испорака и системот на наплата на производите и да создадат критична маса на клиенти преку соодветна маркетинг стратегија.

Непостојењето на можности за електронска наплата во Македонија долго време беше една од пречките за развој на електронскиот бизнис или поконкретно на он-лајн продажбата. И покрај тоа што веќе некое време постојат неколку опции за интегрирање на системи за он-лајн наплата, сè уште е мал бројот на он-лајн продавници кои ја нудат таа можност. Како и да е, секогаш како опција постои можноста за наплата при испорака што всушност е и решение што го нудат дел од постоечките Интернет продавници во државата. Нудењето на повеќе опции за плаќање на производот може да претставува стратешка определба на компаниите, со цел да привлечат поголем број на клиенти.



Странски производ	(II) странски производ/ домашен пазар	(IV) странски производ/ странски пазар
	<ul style="list-style-type: none"> - (слично со прв квадрант) - увозни производи - претставништва - модели: Б2Б, Б2Ц, е-набавка (користење на Б2Б платформи од добавувачите од странство) - компетенции: интернет маркетинг 	<ul style="list-style-type: none"> - модели: виртуелно посредување, афилијација, информативни страни, емитување реклами, портали, виртуелни заедници итн. - компетенции: Интернет маркетинг (привлекување посетители), креирање содржини и веб решенија - предности: мали инвестиции, глобален пазар, без бариери
Домашен производ	(I) домашен производ/ домашен пазар	(III) домашен производ/ странски пазар
	<ul style="list-style-type: none"> - предности: покривање на целата територија, креирање имиџ, креативно рекламирање - дејности: книги, подароци, храна, билети, резервации, услуги итн. - предизвици: да се реши прашањето на испорака и наплата, критична маса на клиенти - модели: он-лајн продажба (Б2Б, Б2Ц), портали, веб услуги и сл. - компетенции: интернет маркетинг, креирање конкурентен производ 	<ul style="list-style-type: none"> - пристап до меѓународни клиенти и добавувачи, ефикасно рекламирање - дејности: туризам, земјоделски производи, храна, ракотворби, софтвер, дигитални производи, веб услуги итн. - да се реши проблемот на испорака во Б2Ц сегментот - компетенции: креирање конкурентен производ/услуга, Интернет маркетинг - модели: Б2Ц и Б2Б продажба, веб услуги
	Домашен пазар	Странски пазар

Слика 1 - Матрица за Е-бизнис настап



Друг значаен предизвик што треба да го решат компаниите кои ќе настапуваат на домашниот пазар е системот на испорака. Немањето на традиција во он-лајн продажбата значи и непостоење на искусна и специјализира фирма за примање на електронски налози и испорака на мали пратки. Додека не се појави таква компанија, којашто ќе ги задоволи потребите и на продавачите и на купувачите во смисла на поволни цени, целосна покриеност на територијата и навремена испорака, им останува на компаниите самите да креираат систем на испорака или да се приспособат кон условите на постоечките брзи пошти.

Како најтежок предизвик за он-лајн продажбата на македонскиот пазар е стекнувањето на критична маса на купувачи, со цел бизнисот да биде одржлив и профитабилен на долг рок. Малиот пазар се јавува како ограничувачки фактор, но сепак охрабрува фактот што сè повеќе граѓани во Македонија користат Интернет и поседуваат кредитни и дебитни картички со кои може да се изврши он-лајн наплата. Неуспешноста во креирањето на критична маса на купувачи е главна причина за замирањето, затворањето или хибернацијата на одредени он-лајн продавници кои досега се отворени во нашава држава.

При стартувањето на он-лајн бизнис² исто така значајно прашање е дали компанијата има (ќе има) и класични продажба или ќе биде креирана чиста он-лајн продажба т.е. продажба само преку Интернет, а не и во класични продавници. Во контекст на македонското опкружување чистите он-лајн продавници ќе треба да вложат исклучителен маркетинг напор за да станат профитабилни, со оглед на непостоењето на навика за он-лајн купување кај македонските потрошувачи. Од тие причини комбинираниите бизниси може да се каже дека се во блага предност со оглед на тоа што дел од профитот остварен во класичните продавници може долгорочно да го реинвестираат во маркетингот на он-лајн продавницата сè додека не се постигне самоодржливост и профитабилност.

Успешноста на он-лајн бизнисите исто така во голема мерка ќе зависи и од типот на производот кој ќе се понуди на продажба. Светските искуства говорат дека ретко кој производ (услуга) не може да се продава и не се продава он-лајн. Сепак одредени производи според своите карактеристики се поповолни за он-лајн продажба. Од друга страна пак и малиот македонски пазар е ограничувачки фактор за продажбата на некои производи и услуги по електронски пат. Во тој контекст, логично е да

² Електронски бизнис претставува поширок термин од термините он-лајн продажба, интернет бизнис и е-трговија. Сепак е-трговијата (и во индустрискиот и во потрошувачкиот сегмент) зазема најзначаен дел во електронскиот бизнис, додека Интернетот е доминантен медиум преку кој се вршат е-бизнис трансакциите.



се понудат производи кои се наменети за широка потрошувачка, бидејќи повисокото ниво на продажба може да обезбеди покривање на фиксните трошоци на електронскиот бизнис. Со тек на време, како потрошувачите ќе стекнуваат навика за он-лајн купување може да се очекува и поспецифичните производи со помала побарувачка да се понудат он-лајн. Во групата на производи кои се очекува да ја предводат он-лајн продажбата во Македонија би вброиле: книги, подароци, компјутери, електроника, храна, билети, он-лајн резервации, уреди од домаќинството и сл. т.е. сите оние групи производи кои го пробиваат патот на он-лајн продажбата и во земјите со веќе развиена интернет продажба.

Електронски бизниси освен тоа што може да се креираат во потрошувачкиот сектор може да се креираат и во бизнис секторот (Б2Б) т.е. во секторот за индустриската потрошувачка. И покрај тоа што станува може да станува збор за различни е-бизнис решенија предизвиците на компаниите се слични. Доколку се процени дека пазарот во Македонија не е доволно голем, истовремено Б2Б платформата може да се понуди и на клиенти во странство со што компанијата ќе настапува истовремено во првиот и во третиот квадрант (а доколку нуди производи и со странско потекло и во останатите два квадранта). Сепак некои фирми ќе одлучат да ги продаваат своите производи електронски, и без да постои економска оправданост за тоа, со цел да креираат позитивни имиџ или пак како резултат на притисокот на конкуренцијата, а сè со цел да ги задржат клиентите или да стекнат нови коишто освен он-лајн дел од своите набавки би ги вршеле и оф-лајн.

Е-бизнис решенија коишто не се директно поврзани со е-продажбата исто така може да се применуваат од компаниите со цел да ги подобрат деловните процеси, а тука би ги наброиле: системи за менаџирање на клиенти, системи за менаџмент на содржини, ЕРП систем, систем за менаџмент на документи итн. Компаниите кои ќе ги воведат овие системи ќе ги намалат трошоците на работењето а во исто време ќе ја зголемат ефикасноста и брзината на одвивањето на сите активности во фирмата, со што во крајна линија ќе се подобрат услугите кон клиентите без разлика дали се работи за он-лајн или оф-лајн продажба.

Една од најзначајните предности на Интернетот и електронскиот бизнис е можноста за олеснет настап на светските пазари вклучително и на западноевропскиот и американскиот во кои лежи огромен потенцијал, набљудувано од аспект на македонските компании.

Третиот квадрант (домашен производ на странски пазар) е предизвик особено за компаниите со извозен потенцијал. Од дејностите со голем извозен потенцијал од Македонија би ги споменале: туризмот, земјоделските производи (преработени или непреработени), ракотворбите,



софтверот како и веб услугите испорачливи преку Интернет. Во бизнис секторот (Б2Б) голем број на македонски компании благодарение на Интернетот имаат воспоставено соработка со странски фирми на кои ги продаваат своите производи или услуги. Изнаоѓањето и контактирањето со клиентите³ преку Интернет можеме да го сметаме за делумна форма на електронски бизнис, при што во наредните фази би се очекувало да се имплементираат и соодветни е-бизнис решенија согласно со стратегијата на компанијата и пазарните потенцијали.

Освен на големо, на странските пазари преку Интернет може да се продаваат македонски производи и во малопродажба т.е. парче по парче. Основниот предизвик што треба да се реши во ваквиот бизнис модел од страна на македонските компании е системот на испорака. Имено, скапите тарифи за испорака на физички производи на европските и американскиот пазар ги прават македонските производи неконкурентни на тие пазари. Ваквиот начин на испорака е прифатлив кај уникатите или кај другите скапи производи каде транспортот учествува со мал процент во крајната цената на производот. Исто така, поради царинските бариери значително се усложнува постапката за испорака на производите парче по парче. Решение за ваквиот проблем е искористување на веќе постоечките специјализирани системи за он-лајн испорака и складиштење на производи кои функционираат на развиените пазари. Поконкретно, македонската фирма ќе ги извезува производите на големо, кои понатаму, преку специјализиран дистрибутивен центар ќе се испорачуваат до крајните потрошувачи. Притоа е значајно да се постигне задоволително ниво на продажба, со што ќе може да се покријат трошоците за складирање на производите што зависат од количината и времето на чување. Услуги за складиштење, пакување и испорака на производ спремни за продажба парче по парче нудат компании специјализирани за таа намена, како што се на пример UPS или FedEx. Притоа е потребно он-лајн продавницата електронски да се поврзе со системите на овие компании, со што сите процеси ќе се автоматизираат.

Друго можно решение на овој проблем е производите да се продадат/понудат на таканаречените дропшипери и/или на соодветни он-лајн продавници кои имаат можност за афилијативна продажба, а потоа нивната понуда да се преземе во нашата виртуелна⁴ он-лајн продавница.

³ Alibaba.com е еден од најголемите светски бизнис-кон-бизнис портали на кој македонски фирми стапуваат во контакт со купувачи и продавачи ширум светот. На порталот може да се претстават производите на фирмите, а исто така може да се даваат и примаат конкретни понуди т.н. лидови.

⁴ Виртуелна ја нарекуваме онаа он-лајн продавница која не чува залихи на производите кои ги нуди на продажба, туку електронски посредува при нивната продажба.



Дропшиперите не продаваат на крајните корисници, туку го испорачуваат производот до нив (парче по парче) дури откако ќе добијат електронски налог (и плаќање) од препродавачот т.е. Интернет продавницата. Користењето на дропшиперите значи и искористување на нивниот систем на испорака и складиштење, но останува да се реши системот на наплата. Друга предност е што дропшиперите своите производи ги нудат на голем број он-лајн продавници што повеќекратно се зголемува можноста за продажба. Одредени дропшипери може и да го брндираат пакувањето по желба на посредникот.

Афилијативната продажба пак претставува е-бизнис модел каде он-лајн продавница дава можност на посредници, за одреден процент да ги промовираат (продаваат) производите преку нивните веб-страници. Притоа посредникот не мора да се грижи ни за испораката на производите ни за нивната наплата.

Кога говориме за настап во третиот квадрант, првиот предизвик е производите да се направат достапни за купување он-лајн, на странските пазари по прифатливи цени, додека вториот предизвик е да се креира побарувачка за производот преку издржана интернет маркетинг кампања, што може да се каже дека претставува и потешкиот дел од задачата. Со оглед на тоа што на Интернет има огромна конкуренција и понуда на најразлични производи интернет маркетингот ќе игра клучна улога во креирањето на успешен електронски бизнис на светскиот пазар. Благодарение на можностите на Интернетот, интернет маркетинг кампањите може без проблеми да се водат и од Македонија. Останува на фирмите да одлучат дали со сопствени сили ќе ги водат интернет маркетинг кампањите и со текот на време ќе го зголемуваат своето искуство и резултати или пак задачата ќе ја доверат на специјализирани компании од таа област⁵.

Пречките кои се јавуваат при дистрибуцијата на физички производи не постојат кај дигиталните производи (софтвер, музика, филмови и сл.) и кај услугите испорачливи по веб. Во тој контекст слободно може да се каже дека најголемиот потенцијал за он-лајн продажба постои кај компаниите кои изработуваат софтверски производи за што и постојат успешни примери во Македонија. Тука би ја споменале македонската компанија Seavus со својот софтверски производ Seavus Project Viewer, кој успешно се продава и он-лајн во светски рамки. Исто така, доколку македонските фирми креираат привлечни и конкурентни веб услуги, истите може многу лесно да ги понудат на корисници широм светот и да остварат задоволителни профити.

⁵ Во последно време започнуваат да се појавуваат домашни фирми кои нудат интернет маркетинг услуги за фирмите кои сакаат да настапуваат на странските пазари.



Имплементацијата и реализирањето на наплатата на развиените Интернет пазари не претставува некој посебен проблем, бидејќи постојат различни опции кои може да се применуваат и од македонските компании.

И покрај тоа што Интернетот придонесува продавачите и купувачите да комуницираат директно, интернет посредувањето не исчезнува туку напротив добива нова димензија и претставува значаен сегмент во интернет бизнисот.

Оттаму во **четвртиот квадрант** од матрицата доминантно место заемаат⁶ таканаречените виртуелни посредници, коишто на исто место (веб-страница) ги доведуваат продавачите и купувачите и за тоа добиваат соодветна награда во форма на маржа, провизии, комисион и сл. Со оглед на тоа што физичката локација на посредникот не игра никаква улога, македонските компании и интернет претприемачи може рамноправно да учествуваат и да ги применуваат моделите на е-бизнис од овој тип. Со оглед на тоа што преку виртуелно посредување на Интернет може да се понуди скоро сè, клучен фактор за успех на ваков бизнис претставува интранет маркетингот т.е. способноста да се привлечат што поголем број на посетители на посредничката веб-страница. Способноста и знаењето да се привлечат посетители на веб-страниците, со вистински пристап (приспособување на понудата на очекувањата на посетителите) секогаш може да се претвори во финансиска добивка.

Наједноставен модел од ваков тип на е-бизнис претставуваат *информативните веб-страницы* кои нудат/продаваат рекламен простор. Информациите коишто се нудат на веб-страницата се (најчесто) бесплатни, а приходите се остваруваат од поставените реклами кои може да бидат во текстуална и/или во сликовита форма. Информативните веб-страницы може да остваруваат приходи и преку поставување на афилијативни линкови т.е. препорачување на соодветни производи сродни на содржината на веб-страницата. Афилијативните линкови и рекламите може да се поставуваат и на други типови веб-страницы кои привлекуваат посетители, како што се на пример: *порталите, бесплатни веб услуги, веб-страницы за разонода* и сл. *Афилијативните продавници* кои исто така може да ги вброиме во оваа група, кои според изгледот може воопшто да не се разликуваат од обичните он-лајн продавници. Слични на нив се и *виртуелните он-лајн продавници* кои не ги чуваат на залиха производите што ги продаваат, туку истите ги нарачуваат преку споменатите дропшипери дури откако ќе ги продадат. Секако тука не треба да ги забораваме и другите типови на виртуелни бизнис, како што

⁶ Постои можност во овој квадрант да се креираат е-бизнис модели засновани на реекспорт на производи кои евентуално би се продавале на пазарите на соседните држави.



се: аукциските сајтови, он-лајн пазарите, виртуелните (социјални) мрежи, пребарувачите, он-лајн магазините и сл.

Виртуелните бизниси во најголем број од случаите не побаруваат големи финансиски вложувања и не зависат од физичката оддалеченост од целните пазари, туку најчесто се потпираат на знаењето и трудот. Поради овие причини виртуелните бизнис модели претставуваат одлична можност за интернет претприемачите ширум светот, вклучително и на оние од Република Македонија.

Потребните компетенции за успешен е-бизнис настап на компанијата во контекст на матрицата можеме да ги групираме како: способност за карирање на производ/услуга, креирање на е-бизнис апликација и интернет маркетинг вештини. Под креирање на е-бизнис апликација подразбираме изработка на веб-страница (од содржински аспект) во која исто така би се интегрирале системите на испорака и на наплата, како и сите други е-бизнис решенија потребни за конкретниот модел, како што се системите ERP, CRM, CMS и сл. Колку повеќе од овие компетенции поседуваат компаниите, толку се поголеми нивните шанси за успех. Доколку компанијата не поседува некоја од овие компетенции може истата да ја прибави по пат на аутсорсинг т.е. од друга компанија специјализирана во таа област. Сепак, сметаме дека во конкретни случаи токму некоја од овие компетенции игра клучна улога за долгорочен успех на компанијата. Така, на пример, трговските претпријатија кои би настапувале во првиот и вториот квадрант би било потребно да поседуваат или развијат компетенции во областа на интернет маркетинг, додека производитите и е-бизнис апликациите може да ги прибават по пат на аутсорсинг. Клучната компетенција на производствените претпријатија кои ќе настапуваат во првиот, а особено во третиот квадрант е да произведат конкурентен производ повелен за веб продажба. Интернет маркетингот ќе се јави како дополнителна клучна компетенција која значително би ја подобрила конкурентската позиција на компанијата. Кај извозните компании во третиот квадрант клучна компетенција претставува интернет маркетингот, со оглед на тоа што се претпоставува дека компанијата веќе има обезбедено конкурентни домашни производи. Во четвртиот квадрант, односно кај виртуелните посредници, клучна компетенција е исто така интернет маркетингот со што тој може да се засили со изработка на квалитетна веб-страница без разлика дали се работи за квалитетна содржина или функционалност и/или интерактивност.



Заклучок

Појавата и развојот на Интернетот несомнено донесе големи промени во начинот на водење на бизнисот во светски рамки. Пред сè Интернетот и имплементацијата на е-бизнис моделите отвораат големи пазарни можности за сите компании ширум светот. Тоа од друга страна значи и зголемена конкурентска борба на глобално ниво.

Македонските компании и претприемачи не треба да останат имуни на ваквите светски трендови. Пред сè Интернетот со своите преку милијарда корисници ширум светот отвора огромни можности за остварување на задоволителни профити. Овие можности треба да се искористат преку креирање и имплементација на соодветни е-бизнис модели и нивно соодветно промовирање на целните пазари. Од друга страна пак, компаниите кои нема да имплементираат електронски бизнис во своето работење ризикуваат да изгубат дел од своите клиенти како резултатна засилената глобална конкуренција.

Стратегиската матрица која ја предлагаме претставува преглед на можностите за е-бизнис настап на компаниите и претприемачите од аспект на пазарот и потеклото на производот (услугата). Матрицата укажува на тоа дека компаниите и претприемачите не треба да се фокусираат само на македонскиот пазар и/или само на сопствените производи при креирање на е-бизнис стратегиите. Првиот квадрант од матрицата го претставува настапот на домашен пазар со домашен производ, вториот квадрант настапот на домашен пазар со странски производ, третиот квадрант се однесува на настап на странски пазар со домашен производ, додека четвртиот квадрант значи настап на странски пазар со странски производ или таканаречено виртуелно посредување.

Во првиот и вториот квадрант може да се позиционираат трговските е-бизнис компании кои продаваат на домашен пазар. Притоа може да продава и на крајните потрошувачи, но и на други компании преку имплементација на соодветни е-бизнис решенија. Главни предизвици во овие два квадранта се обезбедување на соодветни производи, решавање на системот на испорака и плаќање како и обезбедување на критична маса на клиенти.

Во првиот и третиот квадрант може да се позиционираат производствени или услужни претпријатија кои произведуваат конкурентни производи или услуги атрактивни и за домашниот и за странскиот пазар. Во третиот квадрант особено би ги издвоиле информатичките компании кои имаат компетенции да креираат софтверски пакети или веб услуги кои може да конкурираат на светскиот пазар, при што би се искористила



евтината работна рака и квалитетот на програмерите во Македонија. Во овој квадрант би ги вброиле и извозните компании кои ќе одберат конкурентни домашни производи и ќе ги пласираат на странските пазари преку добро обмислена интернет маркетинг стратегија.

Четвртиот квадрант е резервиран за виртуелните посредници чијашто основна задача е да го привлечат и задржат вниманието на интернет корисниците преку соодветна квалитетна содржина и/или функционалност на веб-страницата, при што понатаму посетите би се материјализирале преку препорачување/препродавање на производи или емитување на рекламни пораки. Како виртуелни посредници би можеле да се јават најразлични е-бизнис модели, почнувајќи од наједноставните информативни веб-страници, блогови, портали па сè до сложените и масивни виртуелни заедници (социјални мрежи) кои се сè попопуларни помеѓу интернет корисниците.

Во кои квадранти од матрицата за е-бизнис настап ќе одлучат да се позиционираат компаниите и претприемачите ќе зависи од бројни фактори, но во најголема мера ќе биде условено од компетенции кои ги поседуваат, но и од оние компетенции кои може полесно и побрзо да се стекнат со цел да се креира конкурентен проект кој ќе обезбеди профити на долг рок.

Користена литература

- “Internet and Computer Usage Survey in the Republic of Macedonia”, USAID, April 2007
- e-Business W@tch “Overview of International e-Business Developments”, European Commission, Bonn/Brussels, July 2005
- Al-Qirim, Nabeel A.Y. “Electronic commerce in small to medium-sized enterprises: frame works, issues, and implications”, Idea Group Publishing, London 2004
- Deitel H.M., Deitel P.J., Steinbuhler K. “E-business and e-commerce for managers” Prentice-Hall, Upper Saddle River 2001,
- Petter Gottschalk, “E-Business Strategy, Sourcing and Governance”, Idea Group Publishing, London 2006
- Turban E., Leidner D., McLeam E., Wetherbe J. Information Thechnology for Management - Transforming Organizations in the Digital Economy, John Wiley & Sons, 2008

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

М-р Стеван Лазар Габер

УЛОГАТА НА ПАКТОТ ЗА СТАБИЛНОСТ И РАСТ ВО КРЕИРАЊЕТО НА ФИСКАЛНАТА ПОЛИТИКА ВО ЕВРОПСКАТА УНИЈА

Abstract

The search after formula for setting out a unique fiscal policy ended in Maastricht, 1992 with the signing of the Agreement which was further on known as EU fiscal policy framework. Therefore, that's how it starts the analysis of this SGP respectively with understanding of its characteristics, critics, and suggestions for improvement. This fragment of EU economic policy is one of the most intriguing, because the fiscal policy is created by the national governments in compliance with certain rules as guides in relative to monetary policy, which is controlled and implemented by the European Central Bank.

Key words: *Stability and Growth Pact (SGP), fiscal rules, automatic stabilizers, flexibility, fiscal consolidation, symmetry*

Вовед

Европската интеграција и создавањето на Монетарната унија во Европа (ЕМУ) има опфатено бројни договори за дизајнот на фискалната политика. Пактот за стабилност и раст (ПСР) е најскорешен од сите нив, договорен во Амстердам и формално усвоен во летото 1997 год. Тој Пакт ги комплетира и заострува фискалните одредби опфатени со Мастришката спогодба и цели да ја направи буџетската дисциплина перманентна карактеристика на ЕМУ. Неговата појава била во контекст на присуството на историски висок јавен долг и обновен теоретски интерес за фискални политики засновани на правила. Како дополнување на аргументите за фаворизирање на институционални буџетски поставки за заобиколување на т.н. „склоност кон дефицит“, ригорозната фискална дисциплина била неопходна за да се зајакне кредибилитетот на самостојната монетарна политика. ПСР претставува можеби најограничувачка „облигаторна технологија“ што била некогаш усвоена од група на држави во обид да се воспостават и одржат здрави јавни финансии.¹

¹ Види Buti M., “Open Issues On The Implementation of the Stability and Growth Pact”, National Institute Economic Review 2000; 174; 92



Мастришкиот критериум, според кој буџетските дефицити не треба да надминат 3% од БДП, и последователното зајакнување на фискалните рестрикции во ПСР биле главните движечки сили што стоеле зад фискалното приспособување во Европа за време на транзициониот период кон ЕМУ. Во тоа време, повеќето европски политичари ПСР го сметале, главно, како предуслов за членство во ЕМУ. Соодветно на тоа, економската дебата, главно, се фокусирала на краткорочниот импакт на буџетското приспособување на ригидното економско опкружување. Моментално, со завршувањето на транзицијата кон ЕМУ, очигледна е правилната поставеност на фискалните политики во Европската унија и во помалите групи на економии од еврозоната. Фискалните дефицити се ниски, показателите на јавен долг се намалуваат, високиот даночен товар се намалува, а цикличните позиции на земјите од Евро Зоната се подобриле. Во оваа ситуација, ПСР изгледа како грациозна, претежно “безопасна“ институционална рамка.

Карактеристики на Пактот за стабилност и раст

Уникатната карактеристика на еврозоната е согледана во фактот според кој монетарната политика е централизирана во рацете на Европската централна банка (ЕЦБ), додека фискалната политика останува децентрализирана во рацете на индивидуалните држави, земји-членки на Унијата. Затоа било потребно да се поддржи одговорноста на ЕЦБ во одржувањето на ценовна стабилност и превенција на појавата на „слободен јавач“, преку воведување на правила во фискалната политика со цел дисциплинирање на јавните финансии. Тие правила се составени од две битни компоненти. Прво, стапката општ државен дефицит/БДП на земјите-членки не смее да надминува 3% и неговиот општ државен долг/БДП показател не смее да надмине 60%. Во случај последниот праг на долгот да биде надминат, тогаш земјата треба да демонстрира дека нејзиниот долг е во постапка на намалување и приближување кон референтната вредност. Второ, земјите-членки треба да ја почитуваат среднорочната буџетска цел „блиску до баланс или во суфицит“ со цел да се дозволат нормални циклични флукуации, а при тоа да го одржат дефицитот на референтната вредност од 3% од БДП. За тоа под кои услови е дозволено истиот да се прекрши е претходно анализирано.

Сега легитимно е да се запрашаме на кој начин се утврдени овие два критериума за јавен долг и буџетски дефицит. Според Thygesen (2002), во периодот на 90-тите години била констатирана и предочена 60%-та просечна должничка стапка на членовите на ЕУ и доколку земјите би го одржале дефицитот во лимитот од 3%, тогаш нивниот долг ќе се сведел



на 60%, под претпоставка дека номиналниот БДП растел со стапка на тренд од приближно 5% годишно: 3% реален раст (претпоставен раст на потенцијалниот аутпут во ЕУ) плус 2% инфлација (во согласност со таргетираната инфлација од 2% или помалку на ЕЦБ).

Критики на ПСР

Главните критики насочени кон ПСР можат да бидат класифицирани во неколку категории во зависност од тоа што му недостасува на ПСР: доволно силни аналитички основи, симетрија, флексибилност, поттик за добра и квалитетна фискална консолидација и применливост.² Секоја од нив е образложена подолу.

а) *Недостаток на јасна аналитичка подлога* - една од најчесто применуваните критики, критика која најмногу го поткопува кредибилитетот на ПСР во очите на академиците е недостатокот на јасна аналитичка подлога на главните одредби. Рационалноста на ова правило „блиску до баланс или во суфицит“ лежи во одржливоста на долгот, што значи дека државата не може да спроведе Понзи шема (користење на новиот долг за подмирување на стариот) во ситуација на континуиран раст на долгот, но мора да го задоволи нејзиното меѓувременско буџетско ограничување, односно сегашната дисконтирана вредност на нејзините трошоци мора да се изедначи со сегашната дисконтирана вредност на нејзините приходи. Сепак, како што нагласил Perota (1997), дефинирањето на одржливоста на долгот на овој начин е помалку практична штом меѓувременото буџетско ограничување има бескраен временски хоризонт, што не ги ограничува доволно државните политики: сè може да биде претпоставено за иднината. Интертемпоралното буџетско ограничување зависи од растот на БДП, инфлацијата и реалните каматни стапки, но ПСР не ги зема во предвид овие разликите меѓу земјите. Според тоа, економиите во развој, при *ceteris paribus*, можат да спроведуваат повисоки дефицити во споредба со поразвиените земји, а притоа да не ја загорзат долгорочната одржливост на јавните финансии (земјите во развој имаат висок потенцијал за раст и инфлација).

Понатаму, ПСР не го потенцира критичното прашање: кое е оптималното ниво на долг, како и идентичниот третман на ниско и високо задолжените земји. Имплицитно, правилото „блиску до баланс или во суфицит“ преку еден циклус подразбира дека во краен случај долгот ќе биде сведен на нула. Нула долг можеби не претставува оптимално

² За добри критики насочени кон функционалноста на ПСР погледни Buti (2003a)



решение, бидејќи ги игнорира бенефитите од интергенерациската дистрибуција на даноците за финансирање, на пример, инфраструктурни инвестиции и реформи во пензиските и здравствените системи од кои бенефити ќе имаат и идните генерации.³ Оптималното ниво на долг зависи, меѓу другото, од тоа дали каматните плаќања на долгот ги истиснуваат продуктивните инвестиции и дали дестимулативните ефекти на високите нарушувачки даноци за покривање на каматните плаќања се битни или не (Aiyagari and McGrattan, 1998). Од таа перспектива, земјите со низок долг имаат повеќе простор за маневар, отколку земјите со висок долг. Непроменливото дефицитно правило не ја зема предвид поголемата потреба за инфраструктурни инвестиции во земјите каде што инцијалните залихи на јавен капитал се недоволни, како во случајот со новите земјо-членки во развој. Потоа, константната референтна вредност на долгот не ги зема предвид неизвесните обврски, кои се резултат на стареењето на популацијата и состојбата на пензиската реформа, која може да се разликува од една до друга земја.

Друга критика од аналитички аспект е запоставувањето на вкупната фискална состојба во евро зоната од страна на ПСР. Она што е релевантно во една монетарна унија од поглед на макроекономската стабилност е фискалниот статус на унијата како целина, а не фискалната состојба на индивидуалните земји. Фискалните политики на поголемите земји имаат поголем ефект врз фискалната состојба на Унијата во споредба со фискалните политики на помалите земји.

б) *Недостаток на симетрија* - Во овој контекст се важни две компоненти. Прво, за земјите кои ја немаат достигнато позицијата „блиску до биланс или во суфицит“, барањето за континуирано намалување на дефицитот може да содржи проциклични политики во услови на економски пад. Тој проблем бил олеснет со одлука на Европскиот совет од март 2003 година, каде се потенцира дека по горното барање ќе се одлучува врз основа на циклично приспособените буџетски позиции. Сепак, земјите кои сè уште не го достигнале нивото на дефицит од 3% и поради тоа се надвор од еврозоната, ќе мораат да ја задоволат Мاستришката референтна вредност во номинални и не во циклично приспособени услови, со цел да бидат способни да го усвојат еврото. На патот кон еврозоната, овие

³ Buiter and Grafe (2002) интригантно потенцираат дека правилото „блиску до биланс или во суфицит“ може да значи дека ЕУ државите ќе станат нето кредитори. Тоа ќе води до ироничен резултат на (делумна) социјализација на средствата за производство на долг рок, како што државите ќе треба да го инвестираат вишокот на готови пари во обврзници и акции на приватниот сектор. Се констатира дека водењето на суфицит во нормални времиња било главно наменето за земји со показатели на висок долг (над 60%) и затоа се смета дека државата што станува нето кредитор на долг рок е повеќе теоретска можност отколку реална закана.



земји ќе треба заради тоа да се соочат со ситуација во која ќе треба да следат проциклична политика. Второ, додека ПСР поставува лимити за максималниот дефицит и предвидува казни за прекршување на правилото, од друга страна ПСР не ги специфицира суфицитите и не обезбедува доволно стимулации за редуцирање на дефицитот и/или акумулирање на суфицити за време на економски бум. Грешката од задоволителното намалување на дефицитите во наклонот од 1998 до 2002 година се гледа како главна причина за прекршување на дефицитниот критериум од неколку земји членки во 2002 и 2003 година.

в) *Недостаток на флексибилност* - Загубата на независната монетарна политика во еврозоната бара зачувување на фискалната флексибилност за борба со асиметричните шокови или асиметричните ефекти од вообичаените шокови. Тоа значи поголема слобода за автоматските стабилизатори во нивното функционирање или доколку е потребно, да се примени дискрециона политика за да се одговори на шоките. Тогаш прашањето е дали референтната вредност на дефицит од 3% ја обезбедува потребната флексибилност. Одговорот на ова прашање зависи од почетното ниво на дефицит и од капацитетот на автоматските стабилизатори во континуираното создавање на аутпут. Некои студии откриле дека дефицитниот лимит може да не обезбеди доволно флексибилност за некои земји од ЕУ-15.⁴

г) *Квалитетот на фискалната консолидација* - Квалитетот на фискалната консолидација е релевантен фактор, бидејќи даноците и потрошувачката влијаат на аутпутот на различен начин како резултат на нивниот различен импакт врз дистрибуцијата на доходот и стимулациите. Емпириските истражувања демонстрираа дека консолидацијата заснована на кротења на тековната потрошувачка е очигледно да трае подолгорочно наместо покачувањето на даноците и затоа тие се поуспешни.⁵ ПСР со дефинирањето на фискалниот таргет во термини на дефицитни бројки го запоставува квалитетот на фискално приспособување. Емпириските податоци од истражувањето на Von Hagen не снабдуваат со информации кои ни покажуваат дека показателот со висок долг во однос на БДП и кривката домашна и меѓународна економија водат кон преземање на национални консолидациони стратегии засновани на потрошувачка, а не на приходи.⁶ Ова докажува дека државите ќе преземат приспособување

⁴ Eichengreen и Wyplosz, 1998 и Kiander и Viren, 2000

⁵ Alesina и Perotti 1995 и 1997; Perotti et al. 1997; Buti и Sapir, 1998; von Hagen et al. 200

⁶ Види Von Hagen et al. (2001)



на квалитетот под економски ограничувања, но ПСР не обезбедува, експлицитно, стимулатори за преземање на консолидација на квалитетот.

д) *Имплементација* - Најсериозната критика во овој дел е тешкотијата во спроведувањето на казните и пеналите предвидени со рамката на ПСР, бидејќи одлуката да се подложи една земја на пенали е во надлежност на Советот за економски и финансиски работи (ECOFIN), кој е композиран од политичари кои се поразбрани, а оттаму и потолерантни кон проблемите. Одлуката од 25 ноември 2003 година да се држи Процедурата за прекумерен дефицит за Франција и Германија во „суспензија во овој момент“ е непогрешлив сигнал за еден таков вид на толеранција. Честото повикување на вонредните мерки и креативното сметководство, исто така сериозно делувале на поткопување на довербата во сериозноста на процедурите за апликација. Најважно од сето ова е тоа што долгиот временски јаз во примената на процедурата значи дека пеналите, доколку се употребат, ќе стигнат предоцна за да ги дадат очекуваните временски реакции.

Сугестии за подобрување на Пактот

Во минатото постоеле бројни интересни предлози за подобрување на функционалноста на ПСР, кои довеле до тоа под прашалник да се најде и нејзината корисност. Меѓутоа, постои широк консензус помеѓу академците и мислителите дека сè додека фискалната политика е децентрализирана, ќе постои потребата за фискални правила во еврозоната. Според Buti (2003a), кој ги погледнал и споредил фискалните правила на ЕУ со критериумите на Korits-Symansky и Inman, заклучил дека во целина овие правила функционираат одлично во контекст на усогласеноста, освен со исклучок на применливоста. Генерално, предлозите за подобрување се обидуваат да пристапат кон еден или неколку од горенаведените критики, иако ниту еден од предлозите не претставува Парето подобрување, а во тоа никој од нив не ги разрешува горенагласените проблеми и дури може да влоши некои од нив (Buti, 2003a). Buitер и Grafe (2002) го предлагаат „правилото на перманентен баланс“ што зема предвид различни почетни позиции (ниво на долг, залиха на јавен капитал, фаза во која се наоѓа пензиската реформа) и различните развојни насоки во иднина (раст на БДП, инфлација). Правилото бара перманентниот државен буџет приспособен за инфлацијата и реалниот раст, да биде во состојба на еквилибриум или суфицит. Ова правило теоретски е атрактивно, но бара проценка на идниот раст и инфлацијата, кои може да преминат во контроверзно прашање, а оттука и потешки за имплементирање. Друго аналитички атрактивно предложено правило е она кое ќе го посматра



фискалниот статус во еврозоната како целина и ќе ги алоцира „деловите од дефицитот“ помеѓу индивидуалните земји. Овие делови би можеле да се доделат со одлука на ECOFIN (Француска сугестија)⁷ или со пазарите преку систем на дозволи за трговски буџетски дефицит (Casella, 2001). Главните аргументи против таквата измама се: неконзистентноста на ризиците од активирање на финансиска криза помеѓу државите и дека алокацијата на дефицитните делови, дали преку бирократска/политичка одлука или преку пазарите, бара одреден степен на политичка координација и кооперација, за која се констатира дека моментално недостасува. Некои други сугестии таргетираат кон употреба на „златното правило“, каде што инвестициската потрошувачка е исклучена од пресметката на дефицитот. Blanchard и Giavazzi (2004) предлагаат да се отстранат нето инвестициите (брuto инвестиции минус депрецијацијата) од дефицитот на основа дека депрецијацијата на јавниот капитал е еднаква на тековна потрошувачка. Рационалноста на златното правило е во тоа што позајмувањето треба да биде дозволено за финансирање на инвестиции, бидејќи нивниот поврат на средства ќе се реализира во иднина. Затоа нивните трошоци треба да бидат дистрибуирани низ времето. Исклучувањето на инвестирањето од дефицитот ќе ја отстрани финансиската облигација за јавни инвестиции според ПСР и ќе може да помогне да се избегне про-цикличното стегање на фискалната политика во услови на економски пад. Иако забелешката е интуитивна, аргументите посочени против златното правило се следниве: тешкотијата да се утврди што го сочинува инвестирањето, можноста да води кон фаворизирање на физички средства, потоа дека ќе обезбеди нови стимулации за креативно сметководство и тоа што може да ги поткопа напорите за консолидирање на јавните финансии.

Крајниот сет на предлози се однесува на институционалните реформи. Според Wyplosz (2002), во секоја земја би требало да се отворат комитети за фискална политика, кои ќе бидат одговорни за поставување на годишните дефицитни таргети во конзистентност со долгорочната одржливост на долгот. Потоа Fatas (2003) се залага за креирање на Совет за одржливост на ниво на еврозоната, со задача за мониторинг на одржливоста на јавните финансии на земјите-членки.⁸ Идејата зад овие предлози е да се најде во фискалната област спротивна страна на националните централни

⁷ Предлог доставен од страна на министерот за финансии на Франција на неформалниот ECOFIN Совет во Дрезден во април 1999 година, Buti (2003a)

⁸ Antonio Fatás (INSEAD and CEPR), Jürgen von Hagen (ZEI, University of Bonn, Indiana University, and CEPR), Andrew Hughes Hallett (Cardiff Business School and CEPR), Rolf R. Strauch (ZEI, University of Bonn) and Anne Sibert (Birkbeck College, University of London, and CEPR), “EU Needs Fiscal Watchdog to Replace Stability and Growth Pact”, 2003.



банки или ЕЦБ, која ќе може да ги принуди државите подобро да се придржуваат кон фискалната дисциплина. Идејата делува привлечно, но многу зависи од политичката волја на избраните влади доследно да ги почитуваат препораките на предложените национални комитети за фискална политика или Советот од еврозоната споредбено со нивното тековно почитување на препораките од Комисијата.

Според Paul De Grauwe, националните фискални политики во идната Европска монетарна унија мора да пронајдат баланс помеѓу конфликтите што се резултат на две дилеми. *Првиот конфликт* се однесува на нагласената флексибилноста во теоријата за оптимални валутни подрачја. Во отсуство на инструментот на девизен курс и централизиран европски буџет, националните владини буџети се единствени расположливи инструменти за конфронтација со асиметричните шокови. Сепак, во иднина, националните буџети при ЕМУ мора да имаат улога на автоматски стабилизатори во ситуација кога земјата е погодена од рецесија. *Втората грижа* се поврзува со ефектите на прелевање на неодржливите национални долгови и дефицити. Неодржливите долгови и дефицити во одредени земји може да предизвикаат штети на други земји-членки и да влијаат на неправеден начин врз функционалноста на ЕЦБ.

Како Пактот за стабилност и раст воспоставува баланс помеѓу овие две дилеми? Очигледно е дека Пактот се водел повеќе од аспект на стравот од неможност за одржување на долговите и дефицити, отколку од потребата за флексибилност. Според тоа, констатирам дека е фер да се истакне моментот на дебаланс на Пактот во нагласувањето на потребата за стриктни правила наспроти флексибилноста. Тоа подразбира ризичност во функционирањето на националните буџети, како автоматски стабилизатор во услови на рецесија и последователно на тоа закана за интензивирање на рецесиите. Како илустрација може да послужи ситуацијата за време на рецесијата во раните 90-ти во земјите од ЕУ.⁹ Во тоа време се појавило најголемото годишно намалување на БДП постигнато за време на рецесија. Во периодот на 90-тите, шест земји (Финска, Франција, Шведска, Шпанија, Португалија и Велика Британија) го зголемиле нивниот буџетски дефицит за повеќе од 3% за време на рецесијата. Некои од нив (Финска, Шведска и Велика Британија) ќе биле во можност да се повикаат на исклучителни околности (намалување на БДП за повеќе од 2% годишно) и така да биле поштедени од пенали.

⁹ Треба да се има предвид дека тајмингот на рецесијата не е ист во сите земји. Имено, најголемиот пад на БДП во Велика Британија се случил во 1990 год., во Шведска и Финска во 1991, а во останатите земји од ЕУ во 1993 година.



Останатите три земји (Франција, Португалија и Шпанија) не би биле во можност да се повикаат на овие исклучителни околности, бидејќи намалувањето на нивниот БДП никогаш не надминало 2% годишно. Затоа, пак, овие земји би биле соочени со можноста да бидат подложени на казни. Ова можело да има влијание на нивното однесување и да ги насочи кон примена на порестриктивна фискална политика за време на рецесија.¹⁰

Зголемувањата во буџетскиот дефицит за повеќе од 3% од БДП не се невообичаени за време на рецесии. Ова, исто така, се случува во земји кои се соочиле со рецесии, кои инволвирале пад на БДП за помалку од 2% (стандард за избегнување на казни во Пактот). Штом Пактот поставува максимална граница на буџетски дефицит од 3% од БДП, тогаш тоа имплицира дека земјите ќе треба во просек да спроведуваат буџетски суфицит со цел да има доволно флексибилност во услови на рецесија, односно со цел да се избегне пробивање на плафонот од 3% од БДП. Импликацијата од ова стриктно барање е дека државите треба да ги избришат нивните вкупни долгови, гледано на долг рок. Сепак, не постои доволно валидна економска причина зошто државите воопшто да немаат долг.

Недостатокот од буџетска флексибилност за соочување со рецесиите креира потенцијал за тензии помеѓу националните влади и европските институции. Тие тензии се демонстрираат на две нивоа. *Прво*, забраната за употреба на автоматски стабилизатори во буџетот во услови на рецесија ги принудува земјите да вршат притисок врз ЕЦБ за спроведување на експанзивна монетарната политика. Меѓутоа, парадоксално е тоа што ПСР, чија цел е да ја штити ЕЦБ од несакани политички притисоци, придонесува за иманентно зголемување на ризикот од таков притисок. *Второ*, кога некои земји се погодени од економска криза, институциите на ЕУ се перцепираат како олеснувачи на кризата за земјите погодени од рецесија. Тие преку закани за доделување на казни и пенали ги коригираат политиките на земјите соочени со економски проблеми. Таквиот однос сигурно не делува мотивирачки пред идните европски интегративни процеси. Спротивно на тоа, очигледно е дека ќе се интензивира чувството на евроскептицизам.

Констатацијата е дека Пактот за стабилност и раст отишол предалеку во наметнувањето на правила врз националните државни буџети. Недостатокот од флексибилност на националните буџетски политики

¹⁰ Според Buti и Sapir (1998) автоматските стабилизатори во буџетите (цикличната компонента во државниот буџет) се типично помали од 3% од БДП. Тие сметаат дека Пактот за стабилност и раст дозволува доволно флексибилност во буџетите, снабдените земји постигнуваат балансиран буџет.



во ЕМУ создава ризици, кои може да бидат поголеми од ризиците на неплаќање и спасување нагласени од страна на предлагачите на правила.

Претходно опишаните слабостите на Пактот за стабилност и раст довеле до сериозни проблеми во периодот од 2002 до 2004 година, кога поголемите земји од еврозоната се соочија со економски пад. Тоа доведе до раст на буџетскиот дефицити на Франција, Германија, Италија и Португалија. Европската комисија, во име на Пактот, инсистирала овие земји да се вратат на буџетски баланс уште во средината на опаѓање на бизнис циклусот. Голем број земји, особено Франција и Германија, се противеле нивните економии да се подложат на такви дефлациони политики. Тоа резултираше со неминовен судир со Европската комисија, која се почувствува должна да покрене процедури против овие земји. Резултатот беше лесно предвидлив. Комисијата морала да профитира на одбивноста на овие земји да ги подложат нивните политики и нивните обврски кон растот на невработеноста на правилото на митолошкиот број 3. Во ноември 2003 год. Советот на министри ја укинал процедурата што ја покренала Европската комисија и со самото тоа Пактот станал мртво писмо за сите практични цели.

Критиката на Пактот за стабилност и раст не треба погрешно да се протолкува. Таа се однесува на централно наметнатите санкции и ригидните правила, кои не се прифатени како добра идеја. Сепак, фундаменталната цел на Пактот е намалување на буџетскиот дефицит и јавниот долг во многу земји. Како дополнување, намалувањето на долговите и дефицитите ќе ги зголеми флексибилноста и карактеристиките на автоматските стабилизатори на националните буџети. Кога земјите, како Белгија и Италија, ги редуцирале нивните долгови и дефицити, порастот на дефицитот врз основа на рецесија, немало да ги воведо лесно кон неконтролирана експлозија на државен долг. Должничката експлозија го ограничила капацитетот на овие нации да употребат автоматски стабилизатори за време на скорешните рецесии. Имено, обновувањето на фискалната коректност создава услови за примена на буџетот како алатка за апсорбирање на асиметрични шокови и за стабилизирање на економијата. Во тој поглед фискалната ортодоксност е неопходна за зголемување на флексибилноста на монетарната унија.



Резиме

Пактот за стабилност и раст претставува фискална рамка заснована на одредени правила кон кои мора да се придржуваат сите земји членки на ЕУ и земји кандидати за влез во ЕУ, со цел одржување на економска стабилност. Во европската јавност детално се дискутира за функционалноста на овој механизам, за реализацијата на одреден вид фискална контрола врз одделните земји-членки и потребата за поголема флексибилност во водењето на националните фискални политики. Овде пред сè мислам на слободното функционирање на автоматските стабилизатори кои во нормална ситуација се ограничени со правилата наметнати од оваа Спогодба. За таа цел во овој труд е направен осврт на критиките на ПСР, како и на предложените сугестии за надминување и унапредување на функционалноста на овој витален фискален механизам во ЕУ.

Користена литература

- Buti M., Open Issues On The Implementation of the Stability and Growth Pact, National Institute Economic Review 2000; 174; 92
- Antonio Fatás (INSEAD and CEPR), Jürgen von Hagen (ZEI, University of Bonn, Indiana University, and CEPR), Andrew Hughes Hallett (Cardiff Business School and CEPR), Rolf R. Strauch (ZEI, University of Bonn) and Anne Sibert (Birkbeck College, University of London, and CEPR), EU Needs Fiscal Watchdog to Replace Stability and Growth Pact, 2003
- Buiter, Willem H. and Grafe, Clemens, Reforming EMU's fiscal policy rules; some suggestions for enhancing fiscal sustainability and macroeconomic stability in an enlarged European Union, 2003. In: Buti, Marco, (ed.) Monetary and fiscal policies in EMU: interactions and coordination. Cambridge University Press, Cambridge, UK, pp. 92-145
- Barry Eichengreen & Charles Wyplosz, The Stability Pact: more than a minor nuisance?, Economic Policy, CEPR, CES, MSH, vol. 13(26), 1998, pages 65-113, 04
- Alberto Alesina & Roberto Perotti. Fiscal Expansion and Fiscal Adjustments in OECD Countries, NBER Working Papers, 5214, National Bureau of Economic Research, Inc. 1995;
- Buti and Sapir, Economic policy in EMU, Oxford: Clarendon Press, 1998;



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Помлад асистент Марија Димитрије Гогова

ЕВИДЕНТНИ НЕДОСТАТОЦИ ВО РЕГУЛИРАЊЕТО НА ФИНАНСИСКИОТ СЕКТОР

Abstract

Why current financial crisis is unpunished, what is the reason that financial crises are going through regulation system and where this system does not function well? Part of the answer lays in the deregulation from 1980, but and in the worse enforcement of monitoring process. Does that mean that the fear of unsucceed prevail? This working paper involves quantitative method of prematurely detection of the beginning of not appropriate functioning at the market and graphics of noticed impropriety.

Key words: *financial market, financial irregularities, financial crises*

Вовед

Многу истражувања и анализи покажуваат дека економските текови бележат падови и подеми. Сите тие можат да се предвидат и се согледуваат по некои сигнали кои се појавуваат во економското работење. Забележана е и нивна квантитативна определеност, но сепак, истите скоро секогаш се провлекуваат и создаваат економски нерамнотежи. Кога овие нерамнотежи се поткрепени и со слабост во регулацијата - економијата ја зафаќа криза.

Евидентни недостатоци во регулирањето на финансискиот сектор

Финансиските кризи ја следат светската економија, а причините се речиси исти и се манифестираат на скоро ист начин. Оттука, ова е огромна слабост на финансиската регулација штом таа дозволува на „веќе видено“ реакциите да ги сведува на минимум.

Опсегот на дејствување на финансиските пазари е огромен. Нерамнотежите знаат да го опфатат пазарот на капитал, знаат да ги опфатат пензиските фондови, инвестициските фондови, осигурителните фондови, пазарот со недвижности итн., или пак и сите нив заедно. Потврда за моќноста на овие пазарни сегменти на финансиите се потврдува деновиве. Колапсот во апрецијацијата на цените на куќите (house price appreciation - НРА), најверојатно не бил очекуван од позајмувачите или пак сметале дека ризичните обврски ќе бидат нечувствителни на големото опаѓање на цените на недвижнините т.е. куќите.



Ако:

со f - се претстават заплените и продажбите на недвижните имоти на должниците;

со p - се претстават цените

со t - се претстави времето,

тогаш порастот на заплената и продажбите на недвижни имоти на должниците (f) можат да се разложат на df / dt , на делови кои кореспондираат на промената на цените во текот на времето и на делови кои ја рефлектираат чувствителноста на заплената и продажбата на недвижните имоти на должниците кон цените¹:

$$df / dt = df / dp \times dp / dt$$

На ваков начин е овозможена детерминација на тоа кога пазарните учесници ја потценуваат чувствителноста на заплените и продажбите од цената, df / dp или кога траекторијата на цените на недвижнините станува многу полоша од тоа што очекувале, dp / dt .

За точно детерминирање, кога е возможно да се процени df / dp за ризичните (неосигурените) хипотеки, се поаѓа од податоците за перформансите на хипотеките кои биле достапни *ex ante*. Поради тоа што евиденциите за опаѓањето на цените на одделни недвижнини биле релативно ретки, а овие *subprime* пазари се прилично нови веројатна е теоријата дека податоците не содржеле доволно значајни варијации за проценка на df / dp за сценарио во кое dp / dt е негативна и голема вредност. Поради тоа се направени анализи од 2005 година, со користени податоци за 2004 година за проценка на типот на хазардните модели, кои обично се користени во индустријата за предвидување на хипотекарните ризици. При овие анализи биле користени два сета на податоци. Првиот сет на податоци е на ниво на заеми, а вториот сет бил од ниво на сопствеништво. Резултатот од овие анализи покажал дека било возможно, иако не и едноставно, да се измери df / dp со одреден степен на прецизност. Во суштина, истражувачите со перфектна претпазливост за траекторијата на цените од 2005 година па наваму предвидуваат големо зголемување на заплените и продажбите на недвижните имоти на должниците во 2007 година. Еден од најинтересните резултати е дека и покрај отсуството на негативна апрецијација на цените на недвижнините (НРА) во текот на 1998 – 2004 година, кога скоро сите ризични заеми биле веќе произведени, сè уште можело да се детерминира (и покрај тоа што не е стриктно) однесувањето на несигурните, „ризичните“ должници, во

¹ Kristopher S. Gerardi, Andreas Lehnert, Shane M. Sherland and Paul S. Willen, “Making Sense of the Subprime Crisis”, Working Paper 2009-2, Federal Reserve Bank of Atlanta, February 2009, p.4



опкружување кога цените на недвижнините би почнале да опаѓаат. При оваа анализа е откриено и дека релацијата помеѓу податоците базирани на сет на заеми е помалку егзактна отколку на податоците базирани од сетот на сопствеништво.

Анализата на хипотекарните пазари покажала дека активностите од 2004, 2005 и 2006 година на овие пазари ќе заврши во неволја.

Сега, во 2009 година, сите разбираат дека пад на НРА би водел кон драматично зголемување на проблемите на хипотекарните ризични пазари. Така, разбирањето на df / dp се покажа како исправно. Ова повеќе или помалку имплицира дека dp / dt беше проблемот, а евиденцијата тоа го потврдува. Повеќето аналитичари сметале дека дваесет процентен пад на цените во национални рамки е невозможен, со што се овозможи најголем пад на цените забележан во регионите на Аризона, Калифорнија, Флорида и Невада, кои се пресметани со диспропорционално учество во овој вид на ризични позајмици.²

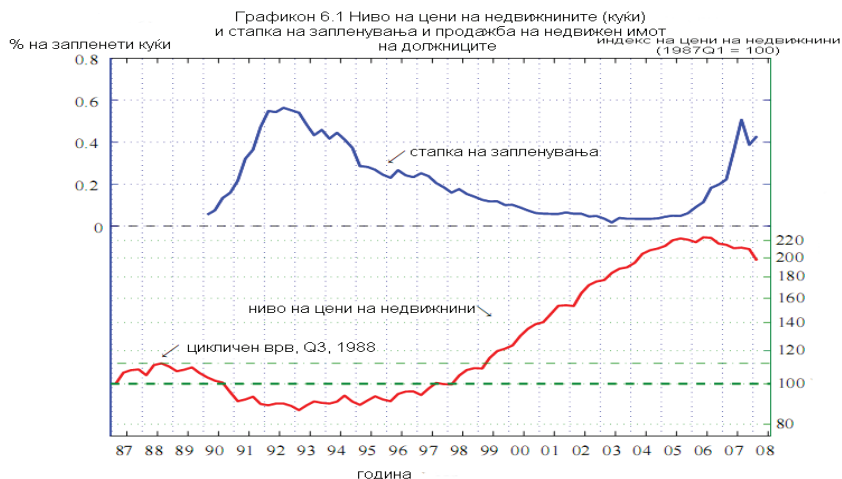
Каде е овде интервенцијата? Сите базични парченца од приказната биле познати. Изгледа аналитичарите имале разбрано дека цените на недвижнините би можеле да паднат. Разбрале и дека НРА ја има главната улога во перформансите на „subprime“ заемите, и не само тоа, туку колку таа улога не е само главна, туку е и широка. Разбрале и дека, потценувањето на хартиите од вредност покриени со станбени хипотеки - RMBS (Residential mortgage – backed security) може да води кон сериозни консеквенци за пазарот. Сепак, ниту еден од извештаите на аналитичарите направени во 2005 и 2006 година не ја вметнува приказната во целина³.

Токму во овој момент на поседување на сите сложувалки, а немање на целосна слика, посочува на слабоста на финансиската регулација. Посебно од аспект на слаб мониторинг и страв од неуспех.

Токму оваа алка ја доведе економијата до следниве податоци, статистики и показатели:

2 Kristopher S. Gerardi, Andreas Lehnert, Shane M. Sherland and Paul S. Willen, “Making Sense of the Subprime Crisis”, Working Paper 2009-2, Federal Reserve Bank of Atlanta, February 2009, p.47

3 исто

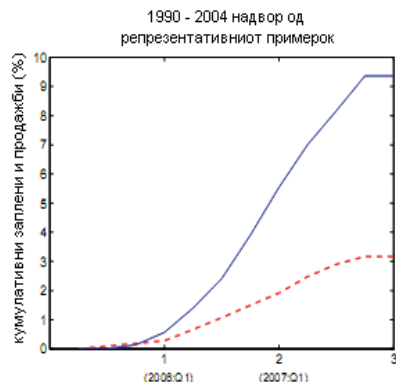
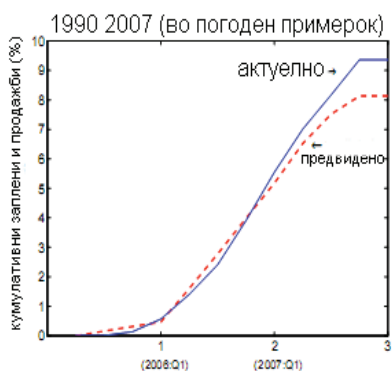


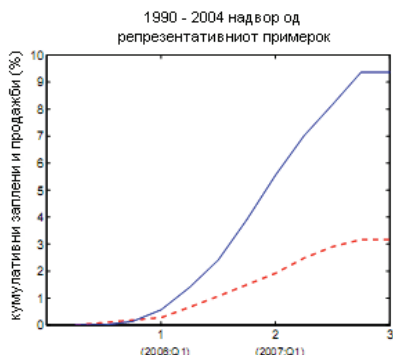
Извор: Warren Group податоци, Massachusetts Department of Revenue

Стапката на запленување и продажба на недвижен имот на должниците е пресметувана на квартално ниво. Нумераторот е вкупниот број на запленувања и продажби во Масачусетс во даден квартал и е зависно според податоците на Warren Group. Деноминаторот е бројот на станбени парцели за дадена година, каде како парцела се дефинира реалната единица на сопственост, користена како процена за соодветно оданочување и типична парцела составена од дворно место и сите изградби лоцирани на таа земја.

Максимумот се постигна во 2006 година, со обратнопропорционален однос помеѓу ценовното ниво на недвижнините и стапката на запленување и продажба на недвижностите на должниците (ценовното ниво доживеа максимум, а стапката на запленување - минимум).

Графикон 6.2. - Ризични набавки анализирани со симулации

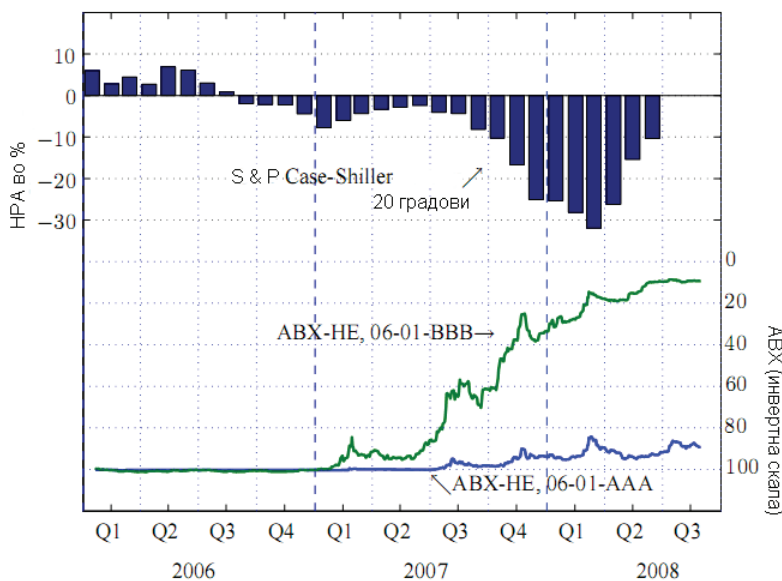




Извор: Kristopher S. Gerardi, Andreas Lehnert, Shane M. Sherland and Paul S. Willen, “Making Sense of the Subprime Crisis”

Графиконот 6.2. покажува дека веќе од 2006 година отстапувањата на планираното со реалната состојба значајно почнува да се менува, посебно потенцирајќи се во 2007 година. Ваквото отстапување е во израз за несигурните набавки, што никако не оди во прилог на целокупната економија.

Графикон 6.3 НРА и трошоците за осигурување на високоризични хартии од вредност



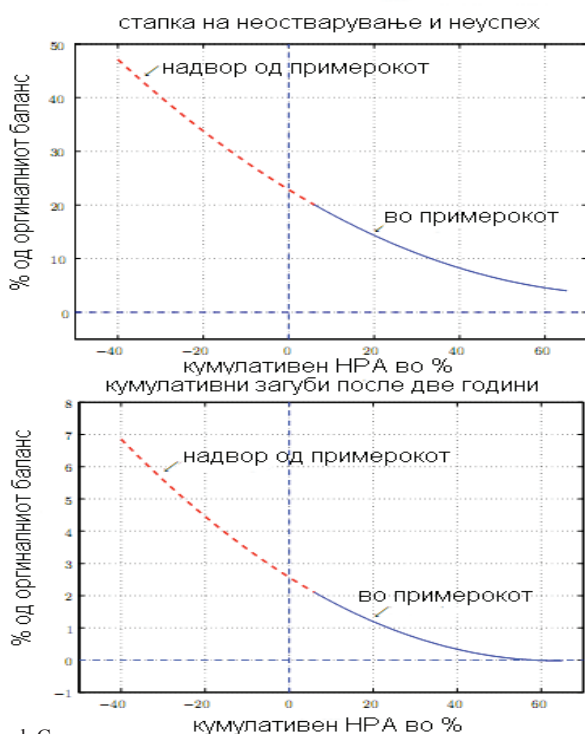
Извор: Haver Analytics and Markit



Графиконот 6.3. опфаќа графичка анализа на НРА и трошоците за осигурување на високоризичните хартии од вредност. Анализата се врши на ниво на апрецирањето на цените на недвижнините и АВХ (индекс кој го претставува коштот од кредитни ризични свопови на високоризични хипотеки и заеми покриени со недвижнини), разгледувани од квартален временски аспект за периодот 2006 – 2008 година. Кон крајот на 2006 година и во почетокот на 2007 година се забележува намалување под 0% за НРА, додека според АРХ индексот во тој период се забележува разлика во нивото на хартии од вредност од рејтингот AAA и хартиите од вредност BBB, кои до почетокот на 2007 година се застапени на исто ниво.

Додека, графиконот 6.4. ги прикажува загубите и стапките на ризичност односно неостварливост.

Графикон 6.4. Пресметана корелација помеѓу НРА, грешките и кумулативните загуби



Извор: Bank C

Овие графикони го потврдуваат гореприложениот текст и анализата извршена од Централната банка на Атланта.



Прикажаните податоци се уште еден момент кој ја потврдува неефикасноста на финансискиот регулаторен систем и покрај квантитативните поткрепувања на недобрите и претерани активности на пазарот.

Во овој дел посебно се нагласува слабоста на регулацијата во секторот на мониторингот и преземањето на активностите доколку се забележат недоследности во финансиското работење.

Ваквата тековна состојба на финансиска криза, предизвикана токму од она што било согледано, но на него не било реагирано, е цврста база за неопходна промена на финансискиот регулаторен систем и во иднина и во светски рамки.

Користена литература

Frederic S. Mishkin, "The Economics of Money, Banking and Financial Markets", seventh edition, Addison Wesley Longman Publishing, New York, 2004

George Alexander Walker, "International Banking regulation", Kluwer Law International, 2001

George Soros, "The new paradigm for Financial Markets" the credit crises of 2008 and what it means, Public Affairs™ a member of the Persens Books Group, USA, 2008

Paul Krugman, "The Return of Depression economics and the crisis of 2008", Norton & Company Inc., USA, 2009

Zvi Bodie (Boston University), Robert C. Merton (Harvard University), "Finance" preliminary edition, Prentice Hall Inc., New Jersey, 1998

Ристо Фотов, „Основи на финансии“, Економски факултет – Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, 2007 г.

Михаил Петковски, „Финансиски пазари и институции“, Економски факултет – Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ - Скопје, 2004 г.

Љупчо Трпески, „Пари и банкарство“, второ дополнето и изменето издание, Економски факултет – Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ - Скопје, 2003 г.

Peter Howells and Keith Bain, "Financial Markets and Institutions" second edition, Longman – London and New York, 1994

Kristopher S. Gerardi, Andreas Lehnert, Shane M. Sherland and Paul S. Willen, "Making Sense of the Subprime Crisis", Working Paper 2009-2, Federal Reserve Bank of Atlanta, February 2009



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

К. Чабулева, Т. Мицески, Т. Јованов

КОРЕЛАЦИСКА ЗАВИСНОСТ МЕЃУ ЖИВОРОДЕНИ ДЕЦА И СКЛУЧЕНИ БРАКОВИ И ЖИВОРОДЕНИ ДЕЦА И РАЗВЕДЕНИ БРАКОВИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Abstract

In our country as well as in many other countries in the world the reduced birth rate is topical problem which represents reality in everyday life. Because of that the attention to this topic is constantly growing. We can notice that between the natural birth rate and the rate of the economic development there is a high negative correlative dependence. The population in a country is the primary factor for development and economic progress. According to statistical data in Macedonia in the past few years we are confronting a problem such as the attenuation in natural growth of the population, stagnation of natural birth rate, increased mortality rate and a tendency of rapid growth of the population. The natural birth rate of the population includes all the cases of giving birth regardless of whether they are new born children or inanimate, but having in mind that only the new born represent an element for reproduction of the population, there is a need to pull saucer border between alive and inanimate. It is also required to attend the situation permanently and take measures for the maintenance of positive direction, as well as to take account for producing conditions and to strengthen the motivation of the population for conclusion for more number of marriages and on the other side to eliminate the factors which are leading to divorces. The analysis of the influence and the degree of dependence between many factors will be made with help of correlation analysis...

Вовед

Поврзаноста на наталитетот и развојот на општеството во целина е неминовна. Луѓето како носители и двигатели на општествените процеси се основата на која се градат сите односи. Раѓањето (наталитетот) претставува позитивна компонента во движењето на населението и тоа влијае на зголемувањето на населението, додека смртта е негативна компонента којашто влијае на намалување на бројот на населението на определена земја. Наталитетот има сериозни влијанија врз економијата. Намалениот наталитет воедно значи и помала работна сила и поголем број

¹ М-р Костадинка Чабулева, асистент на Економски факултет, Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип

² Проф. д-р Трајче Мицески, редовен професор на Економски факултет, Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип

³ Тамара Јованов, волонтер-асистент на Економски факултет, Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип



пензионери, кои своите пензии ќе треба да ги добиваат од малиот број вработени. На тој начин на пазарот на работната сила се јавува недоволен број на работноспособно население. Наталитетот на населението ги опфаќа сите случаи на раѓање на деца, без оглед дали се живородени или мртвородени, но бидејќи само живородените деца претставуваат елемент за репродукција на населението, тогаш е потребно да се повлече точна граница меѓу живо и мртвородените.

Иако основниот и најважен природен прираст кој настанува во една популација е раѓањето (наталитетот), сепак денес во сите развиени земји, а и кај нас, тој бележи стагнација и опаѓање.

Без разлика што како најчести фактори за стагнацијата на наталитетот и за негативните движења во природниот прираст на населението, демографите и социолозите ги посочуваат лошата економска ситуација, традицијата, нивото на образование и миграцијата, сепак ние се согласуваме со погледите дека наталитетот е условен од следниве три групи на фактори и тоа:

- биолошки (пол, возраст, здравје, телесни чувства, брачна состојба итн.);
- економско-социјални (образование, личен доход, место на живеење итн.);
- психолошки (личноста и претставата за себе, погледите, мотивацијата, перцепцијата итн.).

Делувањето на овие фактори може да биде посредно и непосредно, односно долгорочно и краткорочно. Интензитетот на делувањето на овие фактори не е секогаш ист, туку се менува од факторот време. Иако не постојат определени законитости во делувањето на овие фактори се забележува дека влијанието на биолошките фактори се позначајни кај помалку развиените земји. Исто така, се забележува дека помалку развиените земји имаат поголема стапка на наталитет од развиените земји.

1. Корелациска зависност меѓу живородени деца и склучени бракови

Без разлика на делувањето на многубројните фактори врз наталитетот на населението, сепак во овој труд ние ќе се задржиме на испитување на корелациската зависност т.е. влијанието на склучените и разведените бракови врз наталитетот на населението.

Тоа ќе го испитаме преку коефициентот на корелација, утврден по пат на методот на најмали квадрати и коваријанса.



1.1. Проста линеарна регресија и корелација - метод на најмали квадрати

Според стапката на наталитетот, сите земји можеме да ги групираме во три категории и тоа: земји со висок наталитет коишто имаат стапка преку 30 промили и обично тие се надвор од Европа, потоа земји со среден наталитет каде што стапката се движи меѓу 20-30 промили и земји со низок наталитет коишто имаат стапка помала од 20 промили.

Согласно со статистичките податоци добиени од Државниот завод за статистика се забележува дека наталитетот во Република Македонија во подолг временски период опаѓа, бројот на склучените бракови стагнира и благо опаѓа, а бројот на разведените бракови се зголемува (Табела 1).

Табела 1 – Преглед на наталитет, склучени и разведени бракови во Р. Македонија⁴

Година	Население на средина на годината			
1979	1863000	39407	16122	816
1980	1889000	39784	16145	890
1981	1916000	39488	16303	911
1982	1928000	39789	16606	911
1983	1942000	39210	16404	747
1984	1956000	38861	16054	886
1985	1969000	38722	16335	817
1986	1982000	38234	16326	1017
1987	1995000	38572	16799	811
1988	2007000	37879	16380	861
1989	2018000	35927	15842	951
1990	2028000	35401	15688	749
1991	2039000	34830	15311	496
1992	2056000	33238	15354	578
1993	2066000	32374	15080	636
1994	1946000	33487	15736	612
1995	1966000	32154	15823	710
1996	1983000	31403	14089	705
1997	1997000	29478	14072	1021
1998	2008000	29244	13993	1027
1999	2017000	27309	14172	1045
2000	2026000	29308	14255	1325
2001	2035000	27010	13267	1448
2002	2020000	27761	14522	1310
2003	2027000	27011	14402	1405
2004	2032000	23361	14073	1645
2005	2037000	22482	14500	1552
2006	2040000	22585	14908	1475
2007	2044000	22688	15490	1417

⁴ Статистички годишник на Р. Македонија, 2008 год. стр. 66



Од Табелата бр. 1 се гледа дека бројот на живородени деца во Р. Македонија во однос на бројот на склучени бракови во периодот 1979-2006 година постојано опаѓа.

За да ја пресметаме линијата на регресија, т.е. прочистените јавувања на појавата, ќе користиме линеарната функција на една независно променлива големина, која се определува со равенството:

$$y_c = a + bx$$

За таа цел ја дополнуваме табелата со потребниот број на колони за пресметка.

Табела бр. 2 – Преглед на ефективната стапка на наталитет во Р. Македонија

n	y	x	xy	x ²	yc	y-yc	(y-yc) ²	(y- \bar{y})	(y- \bar{y}) ²
1	39407	16122	635319654	259918884	36528	2879	8289443,791	6752	45588573
2	39784	16145	642312680	260661025	36638	3146	9898305,223	7129	50821658
3	39488	16303	643772864	265787809	37393	2095	4387463,514	6833	46688947
4	39789	16606	660736134	275759236	38842	947	896300,1833	7134	50892972
5	39210	16404	643200840	269091216	37876	1334	1778654,25	6555	42967121
6	38861	16054	623874494	257730916	36203	2658	7066581,184	6206	38513580
7	38722	16335	632523870	266832225	37546	1176	1382055,533	6067	36807652
8	38234	16326	624208284	266538276	37503	731	533842,2534	5579	31124471
9	38572	16799	647971028	282206401	39765	-1193	1423637,527	5917	35010073
10	37879	16380	620458020	268304400	37762	117	13788,86738	5224	27289455
11	35927	15842	569155534	250968964	35189	738	544722,522	3272	10705533
12	35401	15688	555370888	246113344	34453	948	899568,3583	2746	7540137
13	34830	15311	533282130	234426721	32650	2180	4753304,926	2175	4730325
14	33238	15354	510336252	235745316	32855	383	146374,0676	583	339809
15	32374	15080	488199920	227406400	31545	829	686928,3524	-281	79000
16	33487	15736	526951432	247621696	34682	-1195	1428197,804	832	692109
17	32154	15823	508772742	250367329	35098	-2944	8667677,346	-501	251070
18	31403	14089	442436867	198499921	26806	4597	21128821,83	-1252	1567677
19	29478	14072	414814416	198021184	26725	2753	7578463,987	-3177	10093767
20	29244	13993	409211292	195804049	26347	2897	8390673,753	-3411	11635391
21	27309	14172	387023148	200845584	27203	106	11176,19415	-5346	28580453
22	29308	14255	417785540	203205025	27600	1708	2916666,988	-3347	11202871
23	27010	13267	358341670	176013289	22876	4134	17092255,63	-5645	31866804
24	27761	14522	403145242	210888484	28877	-1116	1245287,943	-4894	23951911
25	27011	14402	389012422	207417604	28303	-1292	1669534,07	-5644	31855514
26	23361	14073	328759353	198049329	26730	-3369	11349357,99	-9294	86379718
27	22482	14500	325989000	210250000	28772	-6290	39560632,2	-10173	103491332
28	22585	14908	336697180	222248464	30723	-8138	66222372,6	-10070	101406289
29	22688	15490	351437120	239940100	33506	-10818	117023518,4	-9967	99342464



n	$\sum x$	$\sum y$	$\sum xy$	$\sum y^2$	$\sum yc$	$\sum y-yc$	$\sum (y-yc)^2$	$\sum (y-y)$	$\sum (y-y)^2$
29	946997	444051	14631100016	6826663191	946997	0	346985607,3	0	971416676

За осознавање на корелативната зависност, односно утврдување на коефициентот на корелација, формираме систем од две нормални равенки:

$$\sum_{i=1}^n y_i = an + b \cdot \sum_{i=1}^n x_i$$

$$\sum_{i=1}^n x_i y_i = a \cdot \sum_{i=1}^n x_i + b \cdot \sum_{i=1}^n x_i^2$$

Со решавање на системот на равенки се пресметуваат параметрите а и b, при што:

$$b = 4,78 \text{ и}$$

$$a = -40564,88$$

Параметарот а го покажува отсечокот на у - оската во дијаграмот на растурање, додека пак, параметарот b ја оценува вредноста на нагибот и е познат како коефициент на нагибот и тој всушност ја покажува просечната промена на зависно променливата за единечно зголемување/намалување на независно променливата, а во зависност од неговата вредност која може да биде поголема од нула (> 0) или помала од нула (< 0), можеме да ја одредиме насоката на врската помеѓу појавите, односно дали таа е директна (позитивна) или инверзна (негативна). Оттаму:

$$y_c = a + bx$$

$$y_c = -40564,88 + 4,78 \cdot x$$

Со замена на x за секоја негова вредност се добиваат вредностите на y_c прикажани во табелата на пресметки, која е дадена погоре.

Стандардната грешка на регресијата, која всушност го изразува отстапувањето на емпириските податоци од прочистените јавувања од линијата на регресија (регресионата линија) на примерокот, користејќи ги добиените вредности во горната табела, се пресметува по прикажаната формула и ја добива следнава вредност:

$$S_y = \sqrt{\frac{\sum (y_i - y_c)^2}{n}} = \sqrt{\frac{346985607,285}{29}} = 3459,05$$

Стандардната девијација на функцијата, како показател на варијабилитетот на статистичките серии, всушност ги покажува просечните отстапувања на апсолутните јавувања од појавата и просекот на појавата и се пресметува на следниов начин:



$$\bar{y} = \frac{\sum y}{n} = \frac{946997}{29} = 32655,07$$

$$\sigma_y = \sqrt{\frac{\sum (y - \bar{y})^2}{n}} = \sqrt{\frac{971416675,86}{29}} = 5787,67$$

Вредностите на стандардната грешка на регресијата и стандардната девијација на функцијата се значајни за добивање на вредноста на коефициентот на корелација (R), кој всушност се пресметува преку формулата:

$$R = \sqrt{1 - \frac{S_y^2}{\sigma_y^2}} = \sqrt{1 - \frac{3459,05^2}{5787,67^2}} = 0,80$$

Коефициентот на корелацијата ја пресметува зависноста меѓу живородени деца и склучени бракови во Р. Македонија, а бидејќи тој изнесува 0,8 значи дека меѓу анализираните (набљудуваните) појави постои висока директна (позитивна) корелативна линеарна врска.

Коефициент на детерминација (D):

$$D = R^2 * (100) = 0,80^2 * 100 = 0,64 * 100 = 64\%$$

Коефициентот на детерминација го покажува учеството (процентот) на објаснетиот варијабилитет во вкупниот, односно во конкретниов случај тој покажува дека 64% од вкупниот варијабилитет на зависно променливата у (живородени деца) е објаснето т.е. детерминирано со варијабилитетот на независно променливата х (број на склучени бракови).

Значи, наталитетот на населението во Р. Македонија во испитуваниот период со 64% е детерминиран од бројот на склучените бракови, односно поинаку кажано склучените бракови делуваат со 64% врз наталитетот на населението.

За разлика од коефициентот на корелација кој ја пресметуваше зависноста меѓу живородени деца и склучени бракови, коефициентот за акорелација ја пресметува лабилноста меѓу живородени деца и склучени бракови.

$$K = \sqrt{\frac{S_y^2}{\sigma_y^2}} = \sqrt{\frac{11965020,94}{33497126,75}} = 0,60$$

1.2. Метод на коваријанса

До потполно исти резултати се доаѓа и преку методот на коваријанса, преку следниве формули:

$$R = \frac{C_{xy}}{\sigma_x \cdot \sigma_y} = \frac{\sum xy - \bar{x} \cdot \bar{y}}{n \cdot \sigma_x \cdot \sigma_y} \quad \text{или} \quad R = \frac{\sum xy - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\sqrt{\frac{\sum x^2}{n} - \bar{x}^2} \cdot \sqrt{\frac{\sum y^2}{n} - \bar{y}^2}}$$

Табела бр. 3 - Преглед на ефективната стапка на наталитет во Р. Македонија

n	Живородени деца y	Склучени бракови x	xy	y ²	x ²
1979	39407	16122	635319654	1552911649	259918884
1980	39784	16145	642312680	1582766656	260661025
1981	39488	16303	643772864	1559302144	265787809
1982	39789	16606	660736134	1583164521	275759236
1983	39210	16404	643200840	1537424100	269091216
1984	38861	16054	623874494	1510177321	257730916
1985	38722	16335	632523870	1499393284	266832225
1986	38234	16326	624208284	1461838756	266538276
1987	38572	16799	647971028	1487799184	282206401
1988	37879	16380	620458020	1434818641	268304400
1989	35927	15842	569155534	1290749329	250968964
1990	35401	15688	555370888	1253230801	246113344
1991	34830	15311	533282130	1213128900	234426721
1992	33238	15354	510336252	1104764644	235745316
1993	32374	15080	488199920	1048075876	227406400
1994	33487	15736	526951432	1121379169	247621696
1995	32154	15823	508772742	1033879716	250367329
1996	31403	14089	442436867	986148409	198499921
1997	29478	14072	414814416	868952484	198021184
1998	29244	13993	409211292	855211536	195804049
1999	27309	14172	387023148	745781481	200845584
2000	29308	14255	417785540	858958864	203205025
2001	27010	13267	358341670	729540100	176013289
2002	27761	14522	403145242	770673121	210888484
2003	27011	14402	389012422	729594121	207417604
2004	23361	14073	328759353	545736321	198049329
2005	22482	14500	325989000	505440324	210250000
2006	22585	14908	336697180	510082225	222248464
2007	22688	15490	351437120	514745344	239940100
n	∑y	∑x	∑xy	∑y ²	∑x ²
29	946997	444051	14631100016	31895669021	6826663191



$$\bar{y} = \frac{\sum y}{n} = \frac{946997}{29} = 32655,07$$

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} = \frac{444051}{29} = 15312,10$$

Стандардна девијација на серијата X

$$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum x^2}{n} - \bar{x}^2} = \sqrt{\frac{6826663191}{29} - 234460512,01} = 970,40$$

Стандардна девијација на серијата Y

$$\sigma_y = \sqrt{\frac{\sum y^2}{n} - \bar{y}^2} = \sqrt{\frac{31895669021}{29} - 1066353529,14} = 5787,67$$

Коваријанса:

$$C_{xy} = \frac{\sum xy}{n} - \bar{x} \cdot \bar{y} = \frac{14631100016}{29} - 15312,10 \cdot 32655,07 = 4502896,10$$

Од претходните вредности ќе се пресмета коефициентот на корелација:

$$R = \frac{C_{xy}}{\sigma_x \cdot \sigma_y} = \frac{4502896,10}{970,4 \cdot 5787,67} = 0,80$$

Значи и по овој метод, коефициентот на простата линеарна корелација е 0,80, што значи меѓу анализираниите (набљудуваните) појави постои висока директна (позитивна) корелативна линеарна врска.

Коефициент на детерминација:

$$D = R^2 \cdot 100 = 0,80^2 \cdot 100 = 64\%$$

Коефициентот на детерминација, кој го покажува учеството (процентот) на објаснетиот варијабилитет во вкупниот, односно во конкретниов случај тој покажува дека 64% од вкупниот варијабилитет на зависно променливата y (живородени деца) е објаснето т.е. детерминирано со варијабилитетот на независно променливата x (број на склучени бракови).



2. Корелациска зависност меѓу живородени деца и разведени бракови во Р. Македонија.

На истиот начин се пресметува и корелациската зависност меѓу бројот на живородени деца и разведени бракови. Истите и овде ќе ги испитаме преку коефициентот на корелација утврден по пат на методот на најмали квадрати и коваријанса.

Согласно со методот на најмали квадрати, преку утврдувањето на линијата на регресија и пресметката преку системот од равенки:

$$\sum_{i=1}^n xy = a \sum_{i=1}^n x_i + b \sum_{i=1}^n x_i^2$$

$$\sum_{i=1}^n y_i = an + b \sum_{i=1}^n x_i$$

се добиваат параметрите: $b = -13,52$ и $a = 46067,71$, па оттаму:

$$y_c = 46067,71 - 13,52 \cdot x$$

Со замена на x за секоја негова вредност се добиваат вредностите на прочистените јавувања (y_c) прикажани во табелата на пресметки, која е дадена.

Стандардната грешка на регресијата, која всушност го изразува отстапувањето на емпириските податоци од линијата на регресија (регресионата линија) на примерокот, користејќи ги пресметаните вредности во горната табела се пресметува по формулата:

$$S_y = \sqrt{\frac{\sum (y_i - y_c)^2}{n}} = \sqrt{\frac{447435460,9}{29}} = 3927,95$$

Стандардната девијација на функцијата, како показател на варијабилитетот на статистичките серии, всушност, ги покажува просечните отстапувања на апсолутните јавувања од појавата и просекот на појавата :

$$\bar{y} = \frac{\sum y}{n} = \frac{946997}{29} = 32655,07$$

$$\sigma_y = \sqrt{\frac{\sum (y - \bar{y})^2}{n}} = \sqrt{\frac{9714166759}{29}} = 5787,67$$



При што, со пресметки коефициентот на корелација (R) изнесува:

$$R = \sqrt{1 - \frac{S_y^2}{\sigma_y^2}} = \sqrt{1 - \frac{3927,95^2}{5787,67^2}} = 0,73$$

Коефициентот на корелацијата ја пресметува зависноста меѓу живородени деца и разведени бракови во Р. Македонија.

Коефициент на детерминација:

$$D = R^2 \cdot (100) = 0,73^2 \cdot 100 = 0,54 \cdot 100 = 54\%$$

Коефициентот на детерминација, кој го покажува учеството (процентот) на објаснетиот варијабилитет во вкупниот, односно во конкретниов случај тој покажува дека 54% од вкупниот варијабилитет на зависно променливата y (живородени деца) е објаснето т.е. детерминирано со варијабилитетот на независно променливата x (број на разведени бракови).

За разлика од коефициентот на корелација, кој ја пресметуваше зависноста меѓу живородени деца и разведени бракови, коефициентот за акорелација ја пресметува лабилноста меѓу живородени деца и разведени бракови, или 68%.

$$K = \sqrt{\frac{S_y^2}{\sigma_y^2}} = \sqrt{\frac{15428808,99}{33497126,75}} = 0,68$$

До потполно исти резултати се доаѓа и преку метод на коваријанса, при што коефициентот на корелација изнесува:

$$R = \frac{C_{xy}}{\sigma_x \cdot \sigma_y} = \frac{-1336612,67}{314,45 \cdot 5787,67} = -0,73$$

Бидејќи коефициентот на простата линеарна корелација е $-0,73$, тоа значи дека меѓу анализираните (набљудуваните) појави постои висока инверзна (негативна) линеарна (праволиниска) корелативна врска.

Коефициентот на детерминација го покажува учеството (процентот) на објаснетиот варијабилитет во вкупниот, односно, во конкретниов случај тој покажува дека 54% од вкупниот варијабилитет на зависно променливата y е објаснето т.е. детерминирано со варијабилитетот на независно променливата x .



Заклучок

Секојдневно сме сведоци на разните дебати и дискусии на актуелната тема за намалувањето на наталитетот во нашава држава. Оттаму произлегува и значајноста на континуирано следење на факторите кои имаат влијание врз ваквиот негативен тренд на оваа појава. Испитувањето на влијанието и степенот на зависност меѓу многуте фактори се врши со помош на корелациска анализа. Целта на корелацијата (корелациска анализа) е да испита дали помеѓу варијациите на појавите постои квантитативно согласување (корелациска врска) и колкав е интензитетот на таа врска. Доколку се испитуваат две појави, тогаш станува збор за проста корелација, а при испитување на влијанието на повеќе појави се работи за повеќекратна корелација. Корелацијата ја утврдува јачината на врската помеѓу појавите која може да се јави во повеќе различни случаи, односно од случај каде нема изразита врска, до тоа да има совршена (перфектна) корелациска врска, потоа го одредува и обликот на квантитативното согласување (праволиниска или криволиниска врска), како и насоката, т.е. дали врската е директна (позитивна) или инверзна (негативна). Со корелациска анализа го утврдуваме интензитетот (јачината) на врката меѓу појавите во примерокот, но не можеме да ја утврдиме причинско-последичната врска меѓу појавите x и y , односно високиот коефициент на корелација истовремено не значи дека меѓу појавите постои причинска врска. Во овој случај, кога се испитува бројот на склучени бракови од една страна и разведени бракови од друга страна и нивната поврзаност со бројот на живородени деца во Р. Македонија, генерално може да се заклучи дека во случајот кога ја испитуваме зависноста на склучените бракови и живородени деца во периодот од 1979 до 2007 година во Р. Македонија постои висока директна (позитивна) праволиниска корелациска врска, односно се покажува дека 64% од вкупниот варијабилитет на живородените деца е детерминирано (објаснето) со варијабилитетот на склучените бракови, а останатите 36% се влијание на други непредвидени фактори.

Во случајот на испитувањето на поврзаноста на бројот на живородените деца и бројот на разведените бракови е дојдено до сознание дека постои висока (силна) инверзна (негативна) праволиниска корелациона врска, односно дека 54% од вкупниот варијабилитет на бројот на живородени деца е објаснет со варијабилитетот на бројот на разведените бракови, а остатокот од 46% е влијание на останати непредвидени фактори. Значи, за да го промениме ваквиот негативен тренд на опаѓање на наталитетот е неопходно да се поведе сметка за создавање на услови и мотивирање на населението за склучување на поголем број бракови, а од друга страна да



се елиминираат факторите кои доведуваат до разведување на браковите, со што во иднина би можеле да очекуваме позитивен тренд во оваа појава, односно зголемување на бројот на живородени деца, што секако би имало и голем позитивен импакт на целокупната општествена состојба во нашата држава.

Користена литература

Мицески Т., Миладинов Г., Практикум по статистика, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, 2008 г.

Попоска В., Попоски Г., Статистика, Универзитетска библиотека „Св. Климент Охридски“, 2001 г.

Сотироски К.: Статистика, Економски факултет - Прилеп, 2004 г.

Статистички годишник на Р. Македонија, Државен завод за статистика, 2008 г.



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

М-р Оливера Ѓорѓиева-Трајковска

ЕЛЕКТРОНСКО БАНКАРСТВО – ПОИМ И РИЗИЦИ

Abstract

Electronic banking provide performing of banking transactions electronically without visiting a bank or other financial institution. Internet banking, which is one form of electronic banking, uses the Internet as the delivery channel by which to conduct banking activity, for example, transferring funds, paying bills, viewing checking and savings account balances, paying mortgages, and purchasing financial instruments and certificates of deposits. An Internet banking customer (individual or business) accesses his account from a browser – software that runs Internet banking programs resident on the bank's World Wide Web server.

Although Internet banks offer many of the same services as do traditional banks, analysts view Internet banking as a means of retaining increasingly sophisticated customers, of developing a new customer base, and of capturing a greater share of depositors assets.

Besides a huge number of positive characteristics, there are also many risks associated with electronic-banking activities, which are also subject of this matter.

Key words: *electronic banking, Internet, customers, risks, financial institution, online services*

Вовед

Плаќањето казна поради ненавремено платена сметка не претставува новина за нас. Искрено, кој ги сака долгите процедури на чекање во редици за уплата на одредена износ на пари на сопствената или некоја друга сметка и потоа проверка на правилноста на извршената трансакција. Или, дали еден сопственик на компанија кој патува 25 дена во месецот може навреме да ги изврши своите плаќања поврзани со неговиот бизнис. Тој и многу други можеби не се свесни за постоењето на „он-лајн“ (online) услугите што ги нудат банките во последниве години и го прават животот „некако полесен“. И не само плаќање на сметки, со стискање на неколку тастери можете да инвестирате, да купувате и продавате билети, вршите нарачки за дома или го планирате своето патување.

Секојдневно, базите на податоци во речиси сите банки бележат растечки тренд на регистрација на нови клиенти во системот на Интернет банкарството. Затоа, потребата од едукација на населението и бизнис



секторот, како и можностите и предностите кои ги нуди современото електронско банкарство ја оправдува целта на овој труд.

Поим и опфат на електронското банкарство

За потребите на овој труд, електронското банкарство (e-banking) може да се дефинира како автоматска испорака на нови и традиционални банкарски производи директно до потрошувачите, преку електронски, интерактивни комуникациски канали. Е-банкарството ги опфаќа системите кои на клиентите на финансиските институции (поединците или бизнис секторот) им овозможува пристап до нивните сметки, извршување на бизнис трансакциите или обезбедување информации за финансиските производи и услуги, преку јавна или приватна мрежа, вклучувајќи го и Интернетот. Клиентите го остваруваат својот пристап до услугите на електронското банкарство со користење на т.н. интелигентни електронски уреди, како: персонален компјутер (PC-personal computer), банкомати (ATM-automated teller machine) или дигитални „тач“ телефони (Touch Tone telephone). Денес најчесто се користени интернет банкарските услуги, затоа што Интернет е најраспространета достапна јавна мрежа. Постојат два основни типа на Интернет веб-страници преку кои можат да се користат услугите на електронското банкарство: информативни и трансакциски.

Информативните веб-страници обезбедуваат пристап на клиентите до генералните информации за финансиската институција и запознавање со сите видови производи и услуги кои таа ги нуди. Кога се зборува за овој вид на веб-страница, треба да се имаат предвид следниве видови на ризици:

- потенцијална лабилност и нарушувања предизвикани од неточни и некомплетни информации за производите, услугите и цените презентирани на веб-страниците;
- потенцијален пристап до доверливи финансиски институции или информации за одредени клиенти, доколку веб-страницата не е правилно изолирана од интерната мрежа на финансиската институција;
- потенцијална изложеност на ширење на разни вируси и други малициозни кодови и
- можност од негативна јавна перцепција, доколку „он-лајн“ услугите на финансиската институција се пробијат или доколку настанат одредени грешки на веб-страницата или на каков било начин истата презентира несоодветни или офанзивни материјали.

Трансакциските веб-страници им овозможуваат на клиентите да извршуваат трансакции преку веб-страницата на финансиската



институција со иницирање на банкарски трансакции или купување на понудените производи и услуги. Банкарските трансакции може да се рангираат од оние кои претставуваат основни активности, како што се: дополнување на сметките на клиентите, до огромни трансфери на пари помеѓу деловните ентитети. Услугите кои ги нуди електронското банкарството, слично како и кај останатите дистрибутивни канали, се класифицираат зависно од типот на клиентите кои ги поддржуваат. Следнава табела ги претставува најчесто користените електронски банкарски услуги кои им се нудат на населението и на бизнис секторот од страна на финансиските институции:

Услуги за население	Услуги за бизнис секторот
Менаџмент на сметки	Менаџмент на сметки
Поднесување и плаќање на сметки	Кеш менаџмент
Отворање на нови сметки	Апликации за заеми на малиот бизнис и одобрување
Електронски трансфери за клиентите	Електронски комерцијални трансфери
Инвестициски/брокерски услуги	Плаќања помеѓу бизнис секторот
Апликации за заеми и одобрување	Бенефиции за вработените/ администрација на пензии
Агрегација на сметки	

Од причина што трансакциските веб-страници ја овозможуваат електронската размена на доверливи информации за клиентите и трансфер на пари, обезбедувањето на услугите преку нив ги изложува финансиските институции на многу поголем ризик во однос на основните информативни веб-страници. Електронските банкарски системи кои ги опслужуваат големите компании и бизниси ги изложуваат финансиските институции на највисок степен на ризик по единечна трансакција, од причина што комерцијалните трансакции обично се однесуваат на огромни вредности на пари. Како дополнување на основните ризици претходно наведени за информативните веб-страници, за трансакциските веб-страници треба да се имаат предвид и следниве:

- безбедносни контроли за заштита на информациите за клиентите;
- процес на верификација на иницијалниот идентитет на новите корисници и авторизирање на веќе постоечките клиенти кои имаат пристап до услугите на електронскиот сервис на банките;



- изложеност на неавторизирани трансакции;
- загуби поради измами, доколку финансиската институција не успее да го верификува идентитетот на поединците или компаниите кои он-лајн аплицираат за отворање на нови сметки или добивање на кредит;
- можни притисоци од страна на законската регулатива која се однесува на приватноста на потрошувачите, против „перењето пари“ и антитероризам;
- негативната јавна перцепција, потрошувачкото незадоволство и потенцијалната одговорност која резултира од неуспехот да се процесираат одредени плаќања во специфицираниот временски рок, моментална недостапност на он-лајн услугите или неавторизиран пристап до доверливи информации во текот на трансмисијата или чувањето на податоците.

Електронските банкарски системи може да варираат значително во нивната конфигурација, во зависност од влијанието на голем број фактори. Финансиските институции вршат избор на системите за електронско банкарство, земајќи ги предвид следниве фактори:

- стратешките цели за електронско банкарство;
- обемот, опсегот и комплексноста на опремата, системите и активностите;
- технолошката експертиза;
- безбедноста и барањата на интерната контрола.

Финансиските институции можат да одлучат да го поддржат системот на електронско банкарство интерно или алтернативно, да го доверат целосно или во одредени сегменти на трети ентитети, како: други финансиски институции, интернет провајдери, кредитни бироа и сл.

Како дополнување на традиционалните банкарски производи и услуги, финансиските институции можат да понудат и разновидни услуги кои се дизајнирани и адаптирани за поддршка на електронското банкарство. Менаџментот на банките мора добро да ги познава овие производи и услуги и ризиците кои тие ги наметнуваат врз целокупното работење на институциите. Овде ги обработуваме најчесто среќаваните услуги од областа на електронското банкарство: поврзување на веб (weblinking), агрегација на сметки, електронска авторизација, веб-сајт хостинг, електронски трговски плаќања и безжични банкарски активности.

Голем број финансиски институции имаат свои веб-страници на World Wide Web. Некои од овие веб-страници се стриктно информативни, додека други им нудат на клиентите можност да извршуваат финансиски трансакции, како што се плаќања на сметки или трансфер на средства од една на друга сметка.



Виртуелно, секоја веб-страница содржи “weblinkns”. Иако овие веб-линкови се погодно и прифатено средство во веб-дизајнот, нивното користење носи и одредени ризици. Основниот ризик кој го наметнуваат веб-линковите е тоа што посетителите можат да бидат збунети и да се прашуваат чија страница тие гледаат и кој е одговорен за информациите, производите и услугите кои се нудат на таа веб-страница. Постојат различни институции задолжени со управување на овие ризици во електронското банкарство и нивно сведување на минимално можно ниво.

Агрегацијата на сметки претставува услуга-процес на прибирање податоци од различни веб-страница и нивно презентирање на клиентите во консолидиран формат, а понекогаш и дозвола за иницирање на одредени активности од страна на корисниците на оваа услуга. Вака подготвените информации може да се рангираат од јавно достапни информации до лични податоци (пр. кредитни картички).

Кога се зборува за агрегација на сметките, следниве видови ризици треба да се имаат предвид:

- заштита на лозинките на клиентите и нивните лични податоци (ID – identification data), заради осигурување на доверливост на податоците и заштита од неавторизирани активности;
- откривање на потенцијалните обврски на клиентот доколку тој ги дели своите податоци за автентичност со трети лица и
- осигурување на точноста и комплетноста на информациите добиени со оваа услуга на агрегација на сметки.

Верифицирањето на идентитетот на клиентите и активностите во врска со авторизацијата се дел од електронските банкарски активности. Од причина што традиционалните методи на утврдување на идентитетот на клиентите, базирани на хартија, ја намалуваат брзината и ефикасноста на електронските трансакции, финансиските институции прифаќаат алтернативни методи на потврда на автентичноста, како:

- лозинки и лични идентификациски броеви (PIN);
- дигитални сертификати (PKI);
- уреди базирани на микрочип технологијата, како „смарт“ картички и други видови на токени;
- Database компаратори и
- биометриски идентификатори.
- Горенаведените методи за автентичност се разликуваат според степенот на безбедност и сигурност, како и според трошоците и комплексноста на нивните инфраструктури.

Некои финансиски институции хостираат веб-страница, како за нивни потреби, така и за останати компании. Овие услуги на хостирање на веб-страницата бараат огромни вештини од областа на мрежното



поврзување, безбедноста и програмирањето. Ризиците кои се однесуваат на оваа услуга се поврзани со можностите од наштетување на репутацијата на финансиската институција или загуба на клиентите, поради:

- застои (пример, кога веб-страницата не е достапна во моментот) или неможност да се оствари пристап до услугите наведени во договорот;
- несоодветна веб содржина (производи, услуги) како резултат на нестручност на персоналот во институцијата или неовластени промени од страна на трети лица (пр. хаќери);
- неовластено разоткривање на доверливи информации и
- оштетување на компјутерските системи на веб посетителите од малициозни вируси и сл.

Многу компании секојдневно се вклучуваат во системот на електронско плаќање на нивните производи и услуги. Финансиските институции играат многу важна улога во тој систем на електронско плаќање, преку креирање и дистрибуција на различни инструменти за електронско плаќање, процесирање на плаќањата и партиципација во клириншките порамнувања. Во механизмите за електронско плаќање кои финансиските институции ги обезбедуваат за електронска трговија спаѓаат Автоматска клириншка куќа (Automated clearing house – АСН) за порамнување на долговите и побарувањата преку Интернет, електронско поднесување и плаќање на сметки, електронски чекови, електронски пари, електронски плаќања преку кредитни картички.

Како дел од трансакциските банкарски услуги многу финансиски институции дозволуваат интербанкарски трансфери помеѓу сметките на еден клиент. Трансферите на средства на трети лица, кои носат и највисок степен на ризик од малверзации, бараат дополнително обезбедување во форма на дополнителна авторизација и потврда на плаќањето.

Плаќањата за сметка на бизнис секторот им овозможува на клиентите да им даваат инструкции на банките да извршат трансфер на средства на сметка на корисникот, на некој специфициран иден датум. Клиентите можат да оставаат налози за еднократни или повторливи плаќања, за кои плаќаат договорена провизија по поединечно плаќање или на месечна основа. Како одговор на инструкциите за електронско плаќање добиени од страна на клиентот, финансиската институција генерира електронска трансакција – најчесто автоматски клириншки кредит – или испраќа електронски чек до компанијата на која треба да се плати, на сметка на иницијаторот на плаќањето.

Една финансиска институција може да ја понуди услугата за плаќање на сметки како поединечна, посебна услуга или во комбинација со услугата за електронско поднесување на сметки. Аранжманите на поднесување на сметки ѝ дозволуваат на компанијата да ги поднесе достасаните сметки за



плаќање во електронски облик до финансиската институција. Клиентите можат да ги видат сметките со едноставно кликување на линкот на веб-страницата за електронско банкарство на финансиската институција. По овој увид во сметките, клиентот може да иницира нивно плаќање со давање инструкции на банката или да избере плаќање преку различни други канали на плаќање. Во последно време, одредени компании вршат поднесување на сметките за плаќање директно од нивните веб-страници, наместо преку линковите за електронско банкарство на финансиските институции.

Освен стандардниот систем на контрола, својствен за сите електронски трансакции, кај комерцијалните трансакции финансиската институција мора да воведи и дополнителни контролни мерки, поради повисокиот степен на ризик. Адекватноста на методите за утврдување на автентичноста добива висок приоритет и бара поголемо осигурување поради високите износи на трансакциите. Дополнително, овој систем на готовинско плаќање треба да обезбеди адекватна заштита на компаниите и сопствениците на бизнисот во однос на рестрикција на правата на пристап на повеќе лица до нивните сметки и лимитирање на износите кои може да бидат исплатени.

Електронското плаќање за физички лица или познато како електронски пари (e-mail money), им дозволува на клиентите да им испраќаат пари на други лица или компании кои имаат е-маил адреси. Преку овој систем на плаќање клиентот дава електронски инструкции на системот за електронско плаќање за физички лица, да изврши трансфер на средства од неговата сметка на сметката на друго лице. По извршената трансакција, системот на плаќање го информира корисникот на плаќањето за достапноста на средствата на неговата сметка и истовремено го информира за методите кои му стојат на располагање во однос на користењето на средствата или нивно пренесување на некоја друга сметка. Овие плаќања најчесто се вршат преку кредитните картички на физичките лица, со што не се бара поседување на посебни сметки на овие лица во финансиските институции.

Некои од ризиците кои треба да се имаат предвид кога се зборува за плаќање и поднесување на сметки за бизнис секторот и електронското плаќање за физичките лица, се следниве:

- потенцијално задоцнување на плаќањата поради системски нарушувања;
- можност од давање на инструкции за плаќање од страна на трети лица кои не се сопственици на сметките од кои се врши плаќањето;
- можност за проневери од страна на вработените кои имаат пристап до средствата на сопственикот на бизнисот;



- потенцијална можност од насочување на информациите на погрешна е-маил адреса за достапност на средствата на одредена сметка, како одговор на електронска порака од трети лица кои не се корисници на таа сметка.

Безжичното електронско банкарство претставува дистрибутивен канал кој ја проширува достапноста и ја зајакнува довербата во интернет банкарските производи и услуги. Ова електронско банкарство се остварува преку пристап на клиентите до мрежата на финансиската институција по пат на користење на мобилни телефони, пејџери и дигитални персонални уреди, кои ги користат безжичните телекомуникациски мрежи.

Производителите на безжичните уреди за електронско банкарство постојано работат на усовршување на нивната корисност и намалување на ризикот во употребата, преку воведување на напредната „3G“ технологија, која вклучува користење на поголеми екрани, колор дисплеи, препознавање на гласовни записи, технологија за идентификација на локацијата на клиентот и сл.

Ризици во електронското банкарство

Финансиската институција која го воведува електронското банкарство за потребите на своите клиенти мора да ги има предвид придружните ризици и нивната контрола, за да обезбеди сигурност и автентичност на електронските трансакции, како и заштита на клиентите. Основни ризици кои се единствени за електронското банкарство и со кои се соочува една финансиска институција се: трансакциски/оперативен ризик, кредитен ризик, пазарен ризик, законски/легален ризик, стратемски ризик и репутационен ризик. Овде накратко се задржуваме на трансакцискиот и кредитниот ризик.

Трансакцискиот/оперативен ризик произлегува од проневери, системски грешки, нарушувања и други неантиципирани настани кои резултираат од неспособноста на финансиската институција да ги испорача производите и услугите на своите клиенти. Во најголем број случаи, електронските банкарски активности ја зголемуваат комплексноста на активностите и степенот на оперативниот ризик, посебно доколку институцијата нуди иновативни услуги, сè уште нестандардизирани. Поаѓајќи од тоа дека клиентите очекуваат електронските услуги да бидат достапни 24 часа на ден, 7 дена во неделата, финансиската институција мора да обезбеди дека нејзината електронска инфраструктура содржи доволен капацитет да обезбеди веродостојни и постојано достапни услуги.

Основата во контролата на трансакцискиот ризик лежи во прифаќање на ефикасни политики, процедури и контроли кои ќе излезат во пресрет



на новите ризици кои ги носи воведувањето на електронското банкарство, како и усовршување на основните интерни контроли, вклучувајќи сегрегација на обврските, двојна контрола и сл.

Кредитниот ризик на финансиската институција не се зголемува со едноставното одобрување на кредит преку мрежата на електронското банкарство. Следните аспекти на „он-лајн“ одобрувањето на кредити го прават менаџментот на позајмување кредити поризичен и значително го зголемуваат кредитниот ризик:

- верифицирање на идентитетот на клиентот во „он-лајн“ кредитните апликации и извршување на присилни договори;
- мониторинг и контрола на растот, цените, потпишувањето и кредитниот квалитет на заемите одобрени по електронски пат;
- мониторинг и надзор на трети лица и компании кои работат за сметка на финансиската институција;
- вреднување на колатералот и извршување на правото на залог;
- прибирање заеми од лица кои припаѓаат на широк географски простор;
- мониторинг на зголемувањето, или можната концентрација, на заемите надвор од дозволената област.

Користењето Интернет им овозможува на финансиските институции да ги продаваат своите производи и услуги глобално. Преку услугите кои ги нуди електронското банкарство, користејќи го Интернетот, многу ефикасно може да се спојат потенцијалните инвеститори и депозитори. Поради потенцијалната можност од привлекување на клиенти со најразлични намери, финансиската институција мора да врши постојана контрола преку договорите за депозити, процедурите за отворање на сметки, кои можат да вклучат задолжителна средба со клиентот и дополнителна физичка размена на потребната документација. Финансиската институција мора постојано да ги модифицира своите политики во пресрет на задоволувањето на следниве барања:

- потенцијално зголемување на зависноста на брокерските фондови или други високоосетливи депозити;
- потенцијално стекнување на фондови од пазари за кои финансиската институција не поседува лиценца за вршење на банкарски активности, особено доколку институцијата не поставува географски рестрикции;
- потенцијално влијание на растот на заемите и депозитите од страна на проширениот Интернет пазар, вклучувајќи го и влијанието на таквиот раст на капиталните коефициенти;
- потенцијално зголемување на непостојаноста на средствата, што влијае негативно врз довербата на клиентите и прифатеноста на финансиската институција на пазарот.



Банките и сите останати финансиски институции треба да работат на постојано усовршување на квалитетот на електронското банкарство и приоритетно да им биде задоволувањето на потребите на клиентите и нивна максимална заштита.

Заклучок

Развојот на техниката и технологијата во последните години доведе до развој и на електронското банкарство. Покрај традиционалните активности, банките и другите финансиски институции им нудат можност на своите клиенти да го заштедат своето време и на брз и едноставен начин, со едноставно кликување на тастерот, ги извршат сите неопходни плаќања и трансакции од нивната сметка. Воведувањето на електронското банкарство бара воведување на нова опрема и софтвери, како и едукација на клиентите на банките за користење на нивните услуги.

Интернет банките, во однос на традиционалните банки, работат со пониски оперативни и трансакциски трошоци и затоа се во состојба да им понудат на своите клиенти пониски камати при зајмувањето и повисок принос на нивните депозити. Развојот на интернет банкарството оди до таму што банките не мора физички и да постојат, како на пример: Banknet (UK) или Telebank (Virginia), кои немаат никакви ограничувања во поглед на географска рестрикција и можат да вршат трансфери на огромни износи инстантно.

И покрај предностите, електронското банкарство има и одредени недостатоци и ризици, кои мораат да се имаат предвид и треба да бидат предмет на постојани напори за нивно надминување и усовршување.

Користена литература

www.bankersonline.com

“Interagency Guidelines Establishing Standards for Safeguarding Customer information” - regulations, Federal Reserve Board

“Electronic Funds Transfer” - guidance, Federal Deposit Insurance Corporation, March, 2001

A.B.Munir, “Internet Banking: Law and Practice”, Butterworths Law, 2004



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

М-р Дејан Методијески

НА „ДОЛГАТА ОПАШКА“ ВО ФУНКЦИЈА НА ТУРИЗМОТ

Abstract

This paper presents the tourism and the major influence of the internet over the development of the touristic industry. As of that aspect the phenomenon of “long tail” and its role within the tourism is shown as well. There are few examples of several domestic websites and from abroad given. Within the summary there are few opinions appointed as ideas how Macedonian tourism can be illustrated over internet.

Key words: *tourism, internet, long tail*

Вовед

Туризмот го опфаќа привременото движење на луѓе до места кои се различни од нивната работа или дом, активностите кои ги вршат за време на нивниот престој и објектите кои се изградени за да ги остварат нивните желби (Gerald Mitchell). Туризмот е наука, уметност и бизнис знаење да се привлечат посетители, да се транспортираат и сместат и да се услужат нивните потреби и желби (Charles E. Goeldner, J.R. Brent Ritchie). Современиот туризам може да го разгледаме како важен механизам за економско развивање не само кај индустриските земји, туку и кај многу земји во развој. Туризмот отвора нови работни места и покрај тоа што дава беневит на локалната економија, делува и глобално. Туризмот е активност каде капиталот, инфраструктурата, знаењето и достапот до глобалниот пазар е многу важно (UNCTAD). Зголемеиот број на туристички активности и туристи кои патуваат ја прават туристичката индустрија една од најразвиените во светски рамки, а таа сè уште е во постојан пораст. Како дел од процесот на глобализацијата, денес туризмот е нешто повеќе од меѓународно патување, тој претставува мост помеѓу развиените и неразвиените земји. Туризмот за некои народи е динамичната сила која ги води напред и претставува нивна национална гордост, тој е една од најуспешните приказни на модерното време.

Туризмот и патувањата преку интернет

Интернетот претставува систем од меѓусебно поврзани компјутерски мрежи, кој може да да го користи и во кој може да учествува секој. Во современиот свет многу малку активности може да се одвиваат без



користењето на Интернет. Според WTO (Светска туристичка организација), Интернетот имареволюционерно влијание врз дистрибуцијата на туристички информации и продажби. Во светот постои тенденција на зголемување на бројката на интернет корисници воопшто, а со тоа и корисниците во сферата на туризмот кои купуваат он-лајн сè повеќе се зголемува и туристичкиот он-лајн пазар станува сè поголем дел од целокупниот интернет пазар. Интернетот не познава граници и со тоа има голем удел кога станува збор за добивање на информација за туризмот, бидејќи освен големите играчи во туристичката индустрија сè поголем е бројот на мали и средни туристички фирми кои приготвуваат свои интернет сајтови, се рекламираат и работат преку нив и така стануваат дел од Е-бизнисот, стануваат дел од Е-туризмот.

Според OECD (Организација за економска соработка и развој) предноста на Е-бизнисот е во тоа што им дава можност на многу фирми да ја прошират својата база на клиенти, да навлезат во нови пазари и да го рационализираат својот бизнис. Туризмот и патувањата се едни од најчесто продаваните на Интернет. Во своето истражување како извор на информации кои се користат при планирање на патување, 56% од туристите го користеле Интернетот (Peter Yesawich). Друга важна појава за туризмот поврзана со Интернетот е терминот веб 2.0¹ кој добива сè помасовна популарност, бидејќи им дава можност на корисниците да соработуваат и да споделуваат информации он-лајн. Бидејќи многу луѓе бараат и резервираат патувања он-лајн веб 2.0 им овозможува безброј алатки како да најдат, па дури и да си создадат евтино патување или перфектно патување по своја желба. Благодарение на Интернетот, туризмот обезбедува лесен достап, богата и подобра информација за туристичките услуги и создава удобна и интерактивна врска со клиентите.

Теорија на „долга опашка“

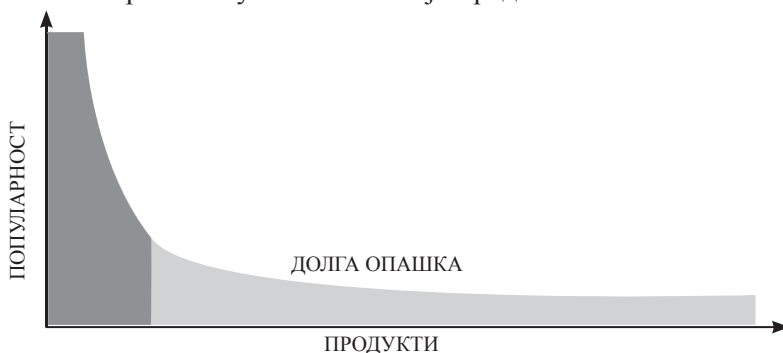
„Долга опашка“ се нарекува теоријата кој ја опишува можноста да се оствари поголем профит продавајќи поголем број на производи. Овој феномен е нова перспектива во економијата најмногу за малите и средни бизниси, а исто така и за големите играчи. Фразата „долга опашка“ за прв пат ја споменува Chris Anderson во октомври 2004 г. Тој во својата статија за *Wired magazine* ја опишува стратегијата да се продаваат помали количини од производи кои се наоѓаат тешко на пазарот на повеќе клиенти, наместо да се продаваат големи количини од популарни производи. Според него може да се бележи поголем успех во бизнисот

¹ Примери за web 2.0: blogging, podcasting, myspace, youtube, tagging, wikis.



ако се продава по малку од многу, отколку да се продава по многу од малку. Во кривата на Андерсон, на вертикалната линија се наоѓаат малку производи кои се продаваат повеќе и таа е помала, а на хоризонталната линија се наоѓаат повеќето производи кои се продаваат по малку и таа е подолга. Таа линија ја претставува „долгата опашка“.

Карактеристично за „долгата опашка“ е тоа што поголемиот дел од производите кои се продавале вчера не се исти со производите кои се продадени денес или кои ќе се продадат утре. Иако Андерсон во својата книга за „долгата опашка“ пишува претежно за он-лајн продавачите како amazon, itunes и ebay, тој дава и неколку примери во кои не важи вообичаеното правило 80/20.² Како пример е посочен amazon³ кој продава по малку од многуте не толку познати производи и оваа продажба прави 57% од неговата вкупна продажба. Интересно кај он-лајн продавачите како amazon, itunes и ebay е тоа што немаат трошоци поврзани со складирањето на производите. Според Андерсон, тајната на економијата во 21 век се крие токму во овие он-лајн продавачи.



* Крива на „долгата опашка“

Примери на „долгата опашка“ во функција на туризмот

Во светот постојат многу примери на сајтови кои предлагаат услуги поврзани со туризмот и се дел од феноменот на „долгата опашка“. Како еден од поголемите играчи би го посочил мултифункционалниот веб-сајт на amadeus⁴, во кој влегуваат 38.000 туристички агенции преку 108.000 терминали, 430 авиокомпаниии со 60.000 терминали, 55 фирми за рентакар

² Правилото за првпат го споменува консултантот од сферата на менаџмент на квалитетот Josep M. Jagan. Тој својот извод го темели на италијанскиот економист Vilfredo Pareto, според кого 80% од доходот на Италија го добивале 20% од Италијанците.

³ www.amazon.com

⁴ www.amadeus.net Global Travel Distribution System



и др. Овој сајт поседува и користи информација за билетите за летовите на меѓународните авиокомпаниии, за рентакар, за резервирање на хотел и др. Амадеус е достапен преку компјутерските мрежи и работи на автономни системи. Него го користат околу 170.000 професионалци од целиот свет кои работат во сферата на туризмот и патувањата. Преку овој сајт може да се резервираат услугите на локални фирми (воз, воден транспорт, фирми за културни манифестации). Дава можност на секого да добие во реално време точна и гарантирано неутрална информација за резервациите. Сајтот содржи и неколку потсистеми:

Amadeus Hotels – содржи информации за околу 35.000 хотели во светот. Дава и дополнителни информации за местоположбата на хотелот, бројот на слободните места, видовите на услуги и цени договорени од конкретна агенција. Со помош на различни и лесни за работа програми може да се понуди на клиентите точно собата која најмногу одговара на нивните барања.

Amadeus Air – содржи распоред на летовите на повеќе од 400 авиокомпаниии. Гарантира точна информација за летовите до секоја дестинација во светот и дава актуелни податоци за слободните места.

Amadeus Fare Quote – најпопуларната база на информации за тарифите на авиолиниите. Потребно е само едно прашање за да се добие саканата информација, без да е неопходно да се прегледува дополнителната информација на дисплејот. Многу лесно се добиваат комбинирани цени на сложени маршрути и попусти за нив, без прашањето да се однесува за цените.

Amadeus Cars – содржи информации за фирми кои даваат коли под наем во населените места на многу светски држави. Постои интерактивен режим за добивање на информација за специјалните цени и понуди, како и вредноста на локалната валута т.е. клиентот може сам да се запознае со условите и услугите на соодветната компанија.

Амадеус е многу поволен за планирање на екскурзии низ целиот свет. Содржи значајна информација за сите поважни културни манифестации во дадена држава, туристички патувања (со избор за над 1.000 тур-оператори), инфо за железничкиот транспорт во Европа, морскиот транспорт, осигурителните компании и сл. Сајтот Амадеус нуди услуги за добиените и зачувани податоци на клиентот, автоматизирано претставување на картите и др. документи за патување, вклучително и сметката, отчет за маршрутата на патувањето и др.

Во својата статија за феноменот на „долгата опашка“ и туризмот авторите (Benolken, Hoving, Muller and Richert) даваат пример за веб-сајтот bikemap⁵ од туристичката бранша кој може да се опише како „долга

⁵ www.bikemap.net



опашка“. Овој сајт е колекција од над 52.000 маршрути низ целиот свет кои можат да се возат со велосипед. Маршрутите се прикажани преку Google maps и може да се избере различен начин кога се гледаат терените. Посебно важни се мапите на улиците, бидејќи освен главните ги покажува и споредните улици. За да најдете интересна маршрута за вас треба само да зумирате на регионот во кој сакате да ја возите вашата маршрута и да ја филтрирате вашата маршрута по категорија, состојба на патот и должина. Во основа маршрутите се објаснети од нивниот автор и може да се оценат од други корисници. По тој начин може да најдете адекватна маршрута за вас, без разлика дали сакате да најдете пократок пат до вашата работа или сакате да возите велосипед. Ако веќе го направите својот избор, може да ја отпечатите маршрутата или да ја експортирате и користите преку GPS⁶. Услугите на овој сајт се целосно бесплатни, а операторот заработува продавајќи ја техниката на други туристички фирми. Секој корисник може да креира нова маршрута со алатките кои се вклучени во сајтот, а тие се лесно разбирливи и направени за да нема тешкотии дури и за оние со скромно компјутерско знаење. Резултатот е повеќе од 52.000 маршрути низ целиот свет од кои повеќето се во Германија. Во овој случај „долгата опашка“ претставуваат големиот број на маршрути за возење велосипед иако поголемиот дел од нив се важни за мал број на корисници. Сајтот дава можност да се чуваат податоците со релативно мал трошок. Не би можело истата понуда да се отпечати, бидејќи трошоците за складирање би биле високи и не би имале алатка за пребарување на маршрута каква што има на сајтот. Од друга страна, важен аспект е што корисниците имаат можност да разменат мислење за маршрутите, а тоа е интересно за потенцијалните клиенти.

Примери на „долгата опашка“ во Република Македонија

Како пример за „долга опашка“ во Република Македонија најпрво би го посочил веб-сајтот Pazar3⁷, кој е најголема страница за мали огласи во земјава и една од најпосетуваните интернет страници во сите категории (10.000 посети дневно). На овој сајт секој може да огласува бесплатно. Сајтот дава можност на приватни лица и претпријатија да купуваат, продаваат и разменуваат предмети на брз и едноставен начин. Сајтот има одлична алатка за пребарување поделена по категории и градови. За секој оглас е одбележано дали истиот е од приватно лице или претпријатие,

⁶Глобален систем за позиционирање или GPS е единствениот целосно функционален глобален навигациски сателитски систем. Користејќи група од најмалку 24 сателити што пренесуваат прецизни микробранови сигнали, системот овозможува GPS приемниците да ја пресметаат нивната локација, брзина, правец и време.

⁷www.pazar3.com.mk



има слики, информации и контакт. Исто така има подробно објаснување како да се внесе оглас, како да се пребарува и совети како да се состави добар оглас. На сајтот има и понуди од сферата на туризмот. Овој веб-сајт не генерира средства директно од неговата понуда, туку од рекламирање преку рекламни банери. Пример за можност да се заработи директно преку он-лајн понудата е бразилскиот сајт сама е safe⁸, кој нуди сместување по bed and breakfast⁹ системот и каде за да се резервира престој треба однапред да се уплати една третина од цената, а другите две третини се уплаќаат при пристигнувањето.

Друг пример за веб-сајт од сферата на туризмот во Република Македонија, кој е дел од феноменот на „долгата опашка“ е visit Ohrid¹⁰. Овој сајт има понуда за приватно сместување во Охрид и во него има информација и опис на објектите, слики, цени и контакт со над дваесет апартмани и вили и четири ресторани. На сајтот има информација за градот Охрид, како и мапа на која се обележани локациите каде што се наоѓаат апартманите и рестораните. Исто така, има и временска прогноза, алатка за пресметување на странски валути, а како дополнителни услуги превоз со возило до сакана дестинација и професионален туристички водич. Сајтот има превод на три странски јазици.

Сајтот mkd mount¹¹ од друга страна пак дава мошне важна информација за планинарските домови во Република Македонија, бидејќи ги опфаќа поголемиот дел од нив, четириесетина. Ако се земе предвид дека најмногу ноќевања на туристи во Република Македонија во 2007 г. се остварени во приватното сместување, а најмалку ноќевања во планинарските домови¹², овој сајт е добредојден и придонесува за развој на алтернативниот туризам во земјава. Целта на сајтот е да овозможи подобро информирање за различни активности во планинарските спортови и да помогне во популаризирањето на истите, како и дискусии на различни теми од планинарските спортови кои се одвиваат во форумот на сајтот. За планинарските домови кои се претставени на сајтот има поставено слика, информација каде се наоѓаат и контакт телефон бидејќи престојот се најавува претходно. На сајтот освен планинарските домови и форумот има и информации за школата за ориентирање, курс за алпинизам, обука за спортско качување, совети за планинарите, контакт со спасителни служби, галерија и извештаи од експедициите, како и линкови кои ве поврзуваат со планинарски организации, друштва и клубови од земјава и од странство. Mkd mount освен македонската има и верзија на англиски јазик.

⁸ www.camaecafe.com

⁹ bed and breakfast е приватно сместување кај локални жители, каде што на посетителите им се приготвува и доручек

¹⁰ www.visitohrid.com.mk

¹¹ www.mkdmount.org

¹² www.stat.gov.mk



Резиме

Разликата помеѓу успешниот и неуспешниот бизнис често не е квалитетот на производите или услугите, туку неможнoста на фирмите да се рекламираат себеси (Mary Mogel). Интернетот им овозможува на туристичките фирми за мала сума неограничено да се рекламираат и да бидат дел од светските пазари и мрежи за трговија. Од друга страна пак, феноменот на „долгата опашка“ има позитивно влијание за туризмот, бидејќи фирмите кои нудат повеќе услуги можат да привлечат повеќе клиенти и полека градат лојална врска со нив, иако според Barry Schwartz, големиот избор понекогаш може и да го одбие потрошувачот. Последните 10 години од развојот на туризмот се многу важни, бидејќи Интернетот игра голема улога. Предвидувањата се дека во следниве десет години ќе има уште поголем развој на туризмот, а нашата земја како дел од глобалниот пазар во чекор треба да ги следи современите трендови. Потребна е иницијатива за создавање на веб-сајтови кои ќе бидат генератори на информација и ќе помогнат за брендирање и промовирање на македонскиот туризмот он-лајн, каков што е примерот со сајтот travel 2 Macedonia¹³. Исто така, потребно е да се организираат работилници за да се идентификува, собере и претстави информацијата за туризмот во земјава, а исто така и работилници за Е-туризам. Како последно, но не помалку важно е партнерството и бизнис врските помеѓу хотелите, рестораните, туристичките агенции, авиокомпаниите и сите други на кои во основата на бизнисот им е туризмот. Оваа соработка ќе помогне да се подобрат туристичките продукти во земјава и да се пласираат нови на меѓународниот пазар.

Користена литература

- The long tail by Chris Anderson, 2006
The long tail phenomenon and tourism by Alexander Benolken, Daniel Hoving, Florian Muller, Axel Richert (essay)
<http://www.wi.uni-muenster.de/wi/studieren/io/ws08-09/essay%5Clong%20tail%20and%20tourism.pdf>
FDI in tourism: The development dimension, United Nations publication 2007
Tourism, principles, practices and philosophies by Charles E. Goeldner, J.R. Brent Ritchie, 2003
Global travel tourism career opportunities by Gerald E. Mitchell, 2006
National travel monitor by Peter Yesawich, 2007
Promote your business by Mary Morel, 2003
The paradox of choice by Barry Schwartz, 2004
Македонија во бројки, Државен завод за статистика на Република Македонија, 2008 г.

¹³ www.travel2macedonia.com.mk



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

М-р Илија Груевски

ПОЛИТИКАТА НА ДЕВИЗНИОТ КУРС ВО УСЛОВИ НА ФИКСЕН РЕЖИМ ПРИ НЕГОВОТО ФОРМИРАЊЕ

Abstract

The latest situation with foreign trade activities of the Republic of Macedonia is raising the question of future devaluation of its currency- the denar. The difference between the export and the import is resulting in permanent increasement of deficit in the trade balance and so in the deficit on the current account in the balance of payments. Therefore, through the economy's and society's circles the trust in the home currency is questioned, reasonably emplyfying the need for changing the currency exchange rate of the denar in order to improve the competiveness of domestic economy and the export performances. In the text bellow, I will try to focus on the actual situation of the foreign trade sector and the denar's fixed currency exchange rate policy. For that goal, essential issues will be explained such as the currency exchange rate, the fluctuating currency rate, the fixed currency rate, and at the end I will try to answer the question: Is the actual fixed currency exchange rate of the denar justified or not concerning the foreign trade deficit's dimensions.

Key words: *currency exchange rate, fixed currency rate, fluctuating currency rate, devaluation, revaluation, deficit in the foreign trade balance, import, export*

Вовед

Слично како на пазарот на стоки или на финансискиот пазар, така и на девизниот пазар се среќаваат понудата и побарувачката за девизи. Притоа девизите претставуваат побарувања на една земја од странство, изразени во странски средства за плаќање, независно од начинот на нивното располагање¹. Вака изразени девизите можат да имаат најразлични форми како што се: меницата, чекот, побарувањата од странство по тековни сметки и сл. Суштината на девизите како странски средства за плаќање е во тоа што со тие девизи односно побарувања можат да се подмируваат обврските спрема странство. Меѓутоа, најчесто девизите (побарувањата изразени во странски пари) се поистоветуваат со ефективните странски пари - валутите кои се користат надвор од земјите издавачи на тие валути.

¹ Трајкоски Б., Трајкоска Г.: „Управување со обртни средства“, Економски факултет, Прилеп, 1999 год.



Како и за секој друг вид стока, така и за девизите понудата и побарувачката на слободниот пазар на девизи ја детерминира нивната цена која се нарекува девизен курс. Притоа, побарувачката на некоја валута, на пример денарот, произлегува од побарувачката на странците за денари наменети за купување на македонски стоки. Аналогно, понудата на денарот ја претставува понудата на денари од страна на домашните субјекти со цел купување на странски валути наменети за купување странски стоки. Според ова, девизниот курс ни ја покажува цената по која една валута се заменува за друга валута².

Во основа постојат 2 вида на различни начини на утврдување на девизните курсеви што им стојат на располагање на националните економии широм светот и тоа: утврдување на флукуирачки девизен курс и утврдување на фиксен девизен курс. Со цел подобро разбирање на природата и механизмите на формирањето на девизните курсеви, накратко ќе го објасниме и флукуирачкиот девизен курс, како и факторите кои влијаат при неговото формирање.

1. Политика на слободен или флукуирачки девизен курс

Под флукуирачки девизен курс се подразбира оној којшто се формира под слободното дејство на понудата и на побарувачката на девизи на девизниот пазар³. Во рамките на флукуирачките девизни курсеви постојат два модалитета на утврдување на курсевите и тоа: слободно-флукуирачки и флукуирачко-управуван девизен курс. Слободно-флукуирачкиот девизен курс е оној којшто се формира со слободното дејство на понудата и побарувачката на девизи и тоа без било каква интервенција на монетарните власти, додека кај флукуирачко-управуваниот девизен курс постои комбинирано дејство на силите на понудата и побарувачката со определено ниво на интервенција од страна на централната банка.

Начинот на формирање на слободно-флукуирачкиот девизен курс, како што е напоменато, зависи во основа од понудата и побарувачката на девизи, а таа е индиректно изведена од понудата и побарувачката на стоки помеѓу одделните национални економии. Така во зависност од промените во обемот на трговијата помеѓу земјите, ќе се формира и рамнотежното ниво на меѓусебните девизни курсеви. На пр. ако побарувачката на стоки од ЕУ на домашниот пазар се зголеми (зголемен увоз), тоа доведува до зголемена побарувачка на евра или зголемена понуда на денари за купување евра, што во крајна линија резултира со намалување на

² Фити Т.: „Основи на макроекономијата“, Економски факултет, Скопје 2005 год., стр. 473.

³ Ibid стр. 477.



интервалутната вредност на денарот во однос на еврото и обратно. Со други зборови, доаѓа до зголемување на курсот на еврото во однос на денарот, односно еврото апрецирало, а денарот депрецирал. Во случај, пак, да се зголеми побарувачката на македонските стоки на европскиот пазар (зголемен извоз), ова би довело до зголемена побарувачка на денари или зголемена понуда на евра за купување денари, што би значело зголемување на интервалутната вредност на денарот во однос на еврото и обратно. Значи, дошло до намалување на курсот на еврото во однос на денарот, односно еврото депрецирало, а денарот апрецирал.

Со цел појасно да се сфати утврдувањето на слободно-флукуирачките курсеви, во економијата е развиен принципот на една цена којшто всушност се темели врз идејата дека: ако две земји произведуваат сосема идентични добра, цената на доброто треба да е иста без разлика на тоа која земја го произвела, под претпоставка дека транспортните трошоци се ниски, а трговските бариери не постојат. Според ова идеја, ако македонскиот челик чини 50.000 денари за тон, а идентичниот американски челик 1.000 долари за тон, за да се одржи принципот на една цена, девизниот курс помеѓу денарот и доларот треба да е 50 денари за еден долар (или 0,02 долари за еден денар), за да еден тон американски челик се продава за 50.000 денари во Македонија, односно еден тон македонски челик се продава 1.000 долари во САД. Доколку девизниот курс би се утврдил на 100 денари за долар, македонскиот челик би се продавал двојно поевтино во САД, т.е. за 500 долари по тон, а американскиот челик во Македонија би бил двојно поскап т.е. 100.000 денари за тон. На ваков начин, во услови на фиксна дадена доларска цена на американскиот челик, побарувачката за американски челик би паднала на нула, па затоа за да се реализира продажбата на челик од САД, девизниот курс мора да падне до реалните 50 денари за долар, изедначувајќи ја цената на американскиот челик и во двете земји. Значи, според механизмот на една цена девизниот курс би требало да овозможи еднакви шанси за реализација на идентични производи од различни земји во меѓународната трговија. Меѓутоа, при формирањето на девизните курсеви влијаат и многу други фактори.

Општото ниво на цените⁴. Повисоката стапка на инфлација во една земја во однос на друга, односно, повисокото ниво на цените во таа земја би довело до депрецијација на домашната валута во однос на валутата од другата земја. Имено, повисоките цени на домашните стоки и услуги во однос на странските ќе предизвика зголемена побарувачката за увоз на странски стоки, оттаму и поголема побарувачка на странската валута,

⁴ McConnell C., Brue S.: “Economics”, McGraw-Hill, Inc. 1996, p. 768.



што ќе резултира со пораст на вредноста на странската валута во однос на домашната. Во врска со општото ниво на цените како детерминанта на девизниот курс се поврзани Теоријата на купување на паритет на моќ и Мандел-Флеминговиот ефект на девизниот курс⁵.

Висината на реалната каматна стапка. Ако монетарните власти во некоја земја сакаат да ја сопрат инфлацијата преку намалување на понудата на пари, во тој случај реалната каматна стапка во таа земја во однос на некоја друга ќе порасне. Во таква ситуација економските субјекти од другата земја ќе настојуваат да купат што повеќе хартии од вредност (особено државни трезорски обврзници) од земјата со поголема реална каматна стапка и на тој начин доаѓа до апрецијација на нејзината валута. Од друга страна, пак, валутата на земјата со помала реална каматна стапка ќе депрецира.

Промени во релативниот доход. Побрзиот економски раст во САД на пример, ќе предизвика пораст на доходот и куповната моќ на субјектите од САД, понатаму, поголема побарувачка на стоки од странство, поголема понуда на долари и поголема побарувачка на странски валути, а преку тоа и до депрецијација на доларот.

Промени во вкусовите на потрошувачите⁶. Подобрите технички иновации и решенија како и побрзиот развој на технологијата во Јапонија во однос на САД би предизвикало поголема преференција во конзупцијата на јапонските производи во однос на американските што ќе предизвика апрецијација на јенот во однос на доларот.

Трговските бариери. Трговските бариери во меѓународната трговија (тарифи и квоти) можат исто така да влијаат врз девизниот курс. Ако САД ги зголемат трговските бариери за британските стоки (зголемени тарифи и намалување на квотите за увоз), тоа ќе предизвика намалување на побарувачката на британски производи и соодветно зголемување на побарувачката на американските стоки, според тоа доларот ќе се стреми кон пораст во однос на фунтата.

Продуктивност. Можеби најважниот фактор при утврдувањето на девизниот курс на една земја на долг рок претставува нејзината продуктивност. Ако набљудуваната земја континуирано на долг рок успева да ја унапреди продуктивноста на домашното производство, во тој случај доаѓа до долгорочно снижување на цените на домашните производи, раст на побарувачката на домашните добра на странскиот пазар и со тоа до тенденција на зголемување на вредноста на домашната валута на долг рок.

⁵ Подетално види: Фити Т.: „Основи на макроекономијата“, Економски факултет, Скопје, 2005 год., стр. 276, 277, 278.

⁶ McConnell C., Brue S.: “Economics”, McGraw-Hill, Inc. 1996, p. 769.



Врз основа на досегашното излагање за детерминантите на флукуирачкиот девизен курс може да се резимира дека: што било, што ја зголемува побарувачката на домашни добра во однос на странските, води кон зголемување на вредноста на домашната валута (апредијација) и обратно, сè што ја намалува побарувачката на домашни добра во однос на странските доведува до опаѓање на вредноста на домашната валута (депредијација).

2. Политика на фиксен девизен курс

За разлика од флукуирачкиот девизен курс којшто се формира низ слободното дејствување на понудата и побарувачката на девизи и претставуваше израз на вистинската продуктивност и економска моќ на една земја и на нејзината валута, голем дел од националните економии ширум светот утврдуваат фиксен девизен курс на своите национални валути. Овој режим на девизен курс за прв пат се појавува за време на златниот стандард кога вредноста на домашната валута се врзувала со вредноста на златото на тој начин што постоел утврден сооднос на паричната единица со вредноста на златото (на пример, една фунта вредела како и 7,09 грама злато, еден долар 1,42 грама злато, од каде што се гледа дека паритетот, односно девизниот курс на доларот во однос на фунтата изнесувал апроксимативно 1:5. Меѓутоа, во денешно време златниот стандард е напуштен, а фиксните девизни курсеви се врзуваат за вредноста на некоја стабилна странска валута. Така, во нашата земја постои режим на фиксен девизен курс на денарот чијашто вредност е врзана за вредноста на еврото и тој е утврден на 61,5 ден за 1 евро. Политиката на фиксно утврдување на курсот на денарот беше воведена непосредно по монетарното осамостојување на земјава на почетокот на 90-тите години од минатиот век, најпрвин со германската марка, а потоа со еврото. Целта на ова политика беше фиксниот курсот на денарот да претставува основно номинално сидро во стопирањето на хиперинфлаторните тенденции во тој период. Според ова, фиксен девизен курс постои кога вредноста на домашната парична единица се врзува, фиксира, за некој објективен стандард - за златото или за вредноста на некоја странска парична единица⁷.

Ако монетарните власти се определиле да водат ваква политика на девизен курс, тогаш тие се должни да го одржуваат, односно да го бранат така утврдениот паритет со мерките на економската политика. Ваквите интервенции од стана на централната банка, чијашто цел е да се одбрани вредноста на домашната парична единица се нарекуваат девизни

⁷ Фити Т.: “Основи на макроекономијата”, Економски факултет, Скопје 2005 год., стр. 477.



интервенции или интервенции на пазарот на девизи. Во зависност од тоа дали ваквите интервенции влијаат врз монетарната база и понудата на домашни пари, а оттаму и врз девизниот курс тие се разликуваат на стерилизирани, односно нестерилизирани интервенции.

Нестерилизирани девизни интервенции. Централно значење за сфаќањето на влијанието на интервенциите врз девизните курсеви е влијанието врз монетарната база (понудата на пари во оптек) од страна на монетарните власти како резултат на продажбата или купувањето на некои од своите поседувања или активи деноминирани во странска валута или т.н. девизни резерви. Ако се претпостави дека НБРМ решила да продаде 10 милиони евра на девизниот пазар во замена за денари, ваквата интервенција би ги имала следниве ефекти и тоа: намалувања на девизните резерви за 10 милиони евра и истиснување на денари (или депозити во денари) во противвредност на 10 милиони евра надвор од платниот промет. Бидејќи монетарната база ја сочинуваат валутите во циркулација заедно со депозитите, како краен ефект би дошло до намалување на монетарната база и на девизните резерви за 10 милиони евра. Ако, пак, централната банка се одлучи да интервенира со купување на девизи со плаќање во домашна валута, во тој случај ќе се зголеми монетарната база (понудата на денари во оптек) со истовремено зголемување на интернационалните резерви. Интервенциите со кои една централна банка врши купување или продажба на странска актива или девизни резерви со цел да се изврши влијание врз монетарната база се нарекуваат нестерилизирани интервенции.

Како што е спомнато, во услови на фиксен девизен курс централната банка врши одбрана на вака утврениот паритет на домашната валута. Ако властите утврдат дека вредноста на домашната валута е преценета, во тој случај очекуваниот поврат на странски депозити е поголем од очекуваниот поврат на домашни депозити, што придонесува за поголема побарувачка на девизи во однос на домашната валута и притисок за зголемување на девизниот курс нагоре. Во таква состојба, централната банка врши нестерилизирана операција на продавање на девизни резерви кои ги плаќа во домашна валута. Со таквиот потег се врши намалување на девизните резерви, но и на монетарната база односно понудата на домашни пари во оптек. Намалувањето на количината на пари во оптек предизвикува каматната стапка на домашните депозити да порасне, а на странските да опадне, зголемување на побарувачката на домашната валута и намалување на побарувачката на странската валута, со што се доаѓа до совпаѓање на реалниот девизен курс со фиксниот. Од ова може да се заклучи дека кога фиксниот курс на домашната валута е преценет, со цел да го одржи фиксниот курс, властите вршат нестерилизирана



продажба на девизи, со што се врши намалување на монетарната база, губење на девизните резерви и зголемување на интервалутната вредност на домашната валута и обратно.

Стерилизирани девизни интервенции. За разлика од нестерилизираните девизни интервенции коишто како крајна цел имаат да извршат промена на монетарната база и понудата на пари во оптек, а преку тоа и влијание врз девизниот курс, со стерилизираните девизни интервенции всушност, монетарните власти вршат елиминирање на можните влијанија врз промената на девизниот курс на паричната единица. Меѓутоа, за да се изврши стерилизација на девизните интервенции, самиот чин на купување или продавање на девизи мора да биде проследен со друга монетарна интервенција која би го елиминирала ефектот врз монетарната база. На пример, паралелно со продавањето на девизи кои би довеле до намалување на монетарната база и зголемување на вредноста на домашната валута, ќе се изврши едновременно купување на државни обврзници, кое во противтежа доведува до зголемување на монетарната база и понудата на пари во оптек. На тој начин се врши неутрализирање на ефектот за промена на девизниот курс. Во секој случај, стерилизираната девизна интервенција нема влијание врз монетарната база и врз девизниот курс.

Девалвација и ревалвација. Од досегашното излагање се заклучи дека во услови на политика на фиксен девизен курс, националните економии кои го применуваат настојуваат да го бранат преку соодветни интервенции на продажба или купување на странски активи или девизни резерви, што како краен ефект го има намалувањето или зголемувањето на нивото на девизните резерви заедно со одржување на стабилен и фиксен девизен курс. Во услови кога девизните резерви се дотаму потрошени што понатамошното пуштање на девизи во прометот би предизвикало посериозни потешкотии за националната економија, како алтернатива би можело да се позајмат средства од ММФ. Имено, за да се одржат фиксните курсеви на земјите кои имаат дефицит во платниот биланс и според тоа губат резерви, како резултат на моќта на ММФ да ги диктира условите за заем, оваа организација може да им позајми средства со цел зацврстување на нивната валута и елиминирање на дефицитите од трговската размена. Дури кога заемите од ММФ не се доволни за спречување на тенденцијата за опаѓање или пораст на вредноста на домашната валута во услови на фиксен курс, можно е монетарните власти да извршат девалвација, односно ревалвација на својата валута.

Во услови на фундаментална нерамнотежа во надворешнотрговската размена на некоја земја, односно кога постојат перзистентни и растечки дефицити или суфицити во платниот биланс кои не можат да се финансираат со заеми од ММФ, централната банка може да изврши



промена на интервалутната вредност на валутата или промена на девизниот курс. Суштината на изразот девалвација, всушност, претставува намалување на номиналната вредност на парите во националната економија⁸. Кога постои голем дефицит на платно-билансната сметка кој предизвикува конзистентен притисок за намалување на вредноста на преценетата домашната валута, а девизните резерви го достигнале минималното критично ниво, монетарните власти можат со декрет да извршат еднократно поместување на курсот на домашната валута нагоре и на тој начин да извршат намалување на неговата интервалутана вредност (на пр., курсот на денарот да се зголеми од 61 на 75 ден. за едно евро).

Најнепосредниот ефект од ваквата промена на паритетот на домашната парична единица би бил зголемување на домашните цени на увозот и намалување на странските цени на извозот на таа земја. Според ова, побарувачката за увозни стоки би се намалила, додека извозот би се зголемил, а двата ефекта би ја зголемиле меѓународната конкурентност на земјата. Во ситуација во која земјата којашто се одлучила за девалвација има доста неискористени развојни ресурси и сè уште е под нивото на своите производни можности, ова е мерка преку ефектот на зголемувањето на нето побарувачката за извоз, а со тоа и на агрегатната побарувачка може на среден рок да го зголеми производството и да ја намали невработеноста. Поради подобрувањето на извозната конкурентност, исто така, на среден рок може да се очекува намалување на дефицитот во трговскиот и платниот биланс.

Механизмот на овој ефект на девалвацијата се крие во поимот реален девизен курс и релативни цени на странските стоки. Поимот реален девизен курс ја покажува вистинската вредност односно куповната моќ на националните парични единици и не е идентичен со поимот номинален девизен курс кој го дава нивниот номинално утврден паритет. Затоа, реалниот девизен курс ја претставува релативната цена на странските добра и услуги изразена преку домашните добра и услуги. За да се утврдат релативните цени на странските добра и услуги изразени преку домашните добра и услуги, економските субјекти мора да располагаат со цената на домашното добро изразена во домашната парична единица, цената на странското добро изразена во странската парична единица и номиналниот девизен курс⁹. Ако на пример, 1 кг. ориз кај нас се продава за 60 ден., а во Италија 0,8 евра, а девизниот курс изнесува 1 евро=62 ден., тогаш за да ја добиеме релативната цена на италијанскиот ориз ќе треба неговата цена да ја изразиме во денари (0,8 евра*62 ден.=50 ден.). Според ова, релативната цена на странскиот ориз е поевтина од релативната цена

⁸ Vujaklija M.: “Leksikon stranih reci i izraza” – Prosveta, Beograd, 1976 god., str. 196.

⁹ Stiglitz J., Walsh C.: “Economics”, Third Edition, W.W. Norton&Compani, London 2002, p. 720.



на нашиот ориз и стопанствениците ќе бидат заинтересирани да увезат ориз. Но, доколку се спроведе мерката девалвација во тој случај може да дојде до промена на релативната цена и нето-извозната позиција на домашните стоки. На пример, со промена на курсот од 1 евро=62 ден. на 1 евро=80 ден., тогаш релативната цена на италијанскиот ориз во однос на домашниот се зголемува и изнесува 64 ден. (0,8 евра*80 ден.). Од ова може да се резимира дека девалвацијата, всушност, предизвикува релативните цени на домашните стоки да поевтинат во однос на странските. Странските субјекти со иста количина на странска валута ќе можат да купат поголема количина на домашни стоки што доведува до постепен пораст на извозот од домашната земја.

Меѓутоа, доколку таа земја има постигнато ниво на целосна вработеност на својата економија, оваа мерка би била контрапродуктивна на среден рок бидејќи би предизвикала само номинално зголемување на цените и на платите поради повисоката агрегатна побарувачка. Кога домашните цени и плати се зголемат за еднаков процент колку што изнесува девалвацијата на девизниот курс, реалниот девизен курс се враќа на истото ниво со што фактички не доаѓа до промена на конкурентноста. Во овие услови, за да има ефект девалвацијата врз подобрувањето на билансот на тековната сметка, треба да биде придружена со соодветна фискална и монетарна политика за намалување на домашната апсорпција и елиминирање на веригата на пораст на цените и платите. Дури и тогаш кога девалвацијата би била проследена со соодветна економска политика, преку зголемувањето на увозните цени и платите на вработените кои плаќаат за увозните стоки, на долг рок, крајниот ефект би бил зголемување на номиналните цени и плати, без промена во значајните реални економски варијабли.

За разлика од девалвацијата која претставуваше намалување на вредноста на парите, ревалвацијата се дефинира како поправање т.е зголемување на номиналната вредност на парите во националната економија¹⁰. Оваа мерка на монетарната политика има спротивен предзнак за разлика од девалвацијата и најчесто се спроведува со декрет на монетарните власти да извршат поместување на курсот на домашната парична единица надолу. Ревалвацијата се презема само тогаш кога некоја земја се соочува со хроничен суфицит во трговскиот и платниот биланс од нејзината надворешно-трговска размена, кој се заканува да ја активира инфлационата спирала. Ако земјата одлучи дека не сака повеќе да го зголемува пивото на своите девизни резерви, тогаш може да изврши ревалвација на нивотенетата интервалутна вредност на домашните пари

¹⁰ Vujaklija M.: “Leksikon stranih reci I izraza” – Prosveta, Beograd, 1976 god., str. 807.



(на пр. курсот на денарот да се намали од 61 ден. за евро на 50 ден. за евро). Ефектите од ваквата интервенција на монетарните власти имаат спротивна насока на дејствување за разлика од девалвацијата. Според тоа, преку мерката ревалвација се врши поевтинување на увозот и поскапување на извозот, зголемување на релативните цени на домашните стоки и услуги во однос на релативните цени на странските стоки и услуги, намалување на конкурентноста на домашното производство и намалување на суфицитот во трговскиот биланс.

3. Надворешно-трговска размена на РМ и политика на девизен курс

Република Македонија по осамостојувањето од СФРЈ се соочи со тешки економски проблеми, како што се: хиперинфлацијата, намалувањето на на БДП, масовни отпуштања и зголемување на невработеноста, болна приватизација на претпријатијата со општествен капитал и сл. Во услови на вакво економско опкружување во коешто хиперинфлацијата и макроекономската нестабилност се закануваа сериозно да го урнат целокупниот економски систем, монетарните власти спроведоа политика на фиксирање на курсот на денарот со тогашната германска марка, со цел стопирање на хиперинфлаторните тенденции. Ваквата политика на фиксен девизен курс продолжи и во иднина, така што денес денарот е врзан со еврото во паритет од 1 евро=61,5 денари со обврска на НБРМ да го брани вака утврдениот паритет. Политиката на фиксен девизен курс како номинално сидро за остварување на макроекономска стабилност заедно со другите мерки од антиинфлациската програма се покажаа како успешни и ја остварија својата цел во стопирањето на инфлацијата. Ако ваквите економски проблеми останаа во минатото на нашата земја, денес се актуализираат други кои исто така би можеле да донесат одредени негативни последици за домашната економија. Така, сè поактуелно е прашањето за растечкиот трговски дефицит од надворешно-трговската размена, како и растечкиот дефицит на тековната сметка од платниот биланс. Заради тоа, сè почесто се поставува прашањето за оправданоста на политиката на фиксен девизен курс на денарот, за неговата преценетост и за тоа дали евентуалната девалвација би придонела во подобрувањето на состојбата на трговскиот биланс.

Табела бр. 1 - Динамика на обемот на надворешно-трговската размена на РМ со странство во периодот од 2003 до 2008 година (во илјади САД \$)

Година	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Обем на трговска размена	3.673.342	4.607.503	5.275.133	6.167.417	8.583.823	10.829.904
Извоз	1.366.989	1.675.877	2.042.296	2.415.161	3.356.248	3.978.231



Увоз	2.306.353	2.031.626	3.232.837	3.752.256	5.227.576	6.851.673
Трговски дефицит	939.364	1.255.749	1.190.542	1.337.095	1.871.328	2.873.442
Верижен индекс на обемот на трг. размена	118,1	125,4	114,5	116,9	139,3	126,2
Верижен индекс на извозот	122,5	122,6	121,9	118,3	138,9	118,5
Верижен индекс на увозот	115,6	127,1	110,3	116,1	139,3	131,1
Верижен индекс на трговскиот дефицит	—	133,7	94,8	112,3	139,9	153,5
Покриеност на увозот со извоз	59,3%	57,2%	63,2%	64,4%	64,2%	58,1%

Извор: Извештаи за надворешно-трговската размена според Државниот завод за статистика.

Како што може да се види од табела бр. 1, трговскиот дефицит од размената со странство, со исклучок на 2005 год. бележи континуиран пораст од 2003 до 2008 год., а особено во 2007 год. кога во однос на претходната година пораснал за 39,9% и 2008 год. кога во однос на претходната година забележал пораст од рекордни 53,5%! Навидум ова значи дека конкурентноста на нашите стоки на странските пазари континуирано опаѓа, па се поставува прашањето дали нашата домашна валута е преценета и е потребно да се изврши корекција на нејзината вредност и дали е потребно по цена на девизните резерви (кои во минатите 4 месеци се намалија за околу 300 милиони евра) да се брани фиксниот курс на денарот?

Според теоријата на платните биланси, под нето промена на владините интернационални резерви се подразбира разликата помеѓу тековната сметка и сметката на капиталот и тој износ мора да се движи меѓу владите во вид на финансиски трансакции. Вишокот или суфицитот пак на тековната сметка покажува дека земјата ги зголемува своите побарувања за странско богатство, додека дефицитот укажува дека земјата ги намалува барањата за странско богатство и поради тоа претставува значајна ставка на платниот биланс. Трговскиот дефицит на нашата земја кој произлегува од стоквата размена со странство иако во последната година достигнува големи вредности (2.873.442 илјади долари), сепак во голема мера се компензира од тековните трансфери од странство во вид на пензии, девизни дознаки, странска помош и сл. Според тоа, дефицитот на тековната сметка со исклучок на претходната 2008 година има релативно стабилни, па дури и доста мали вредности (во 1999, 2000, 2006 година)¹¹.

Со оглед на фактот што РМ е земја во развој, сосема нормално е да постои одреден тренд на зголемување на увозната активност, особено на опрема и машини кои претставуваат индикатор за идниот инвестиционен

¹¹ Види Табела бр. 2.



циклус. Ставката останати инвестиции од 641,2 милиони долари во 2008 год. укажува на таквиот тренд, а исто така вреди да се спомене ставката директни инвестиции од капиталната сметка на платниот биланс (700 милиони во 2007 год. и 612 милиони долари во 2008 год.) која укажува дека РМ станува подобна бизнис дестинација за странските инвеститори. Освен ова, на намалувањето на релативното значење на трговскиот дефицит укажуваат и минатогодишните трендови на поскапување на цените на енергенсите особено на нафтата која достигнуваше цена од 200\$ по барел, но и зголемениот увоз на електрична енергија кои ја обележуваат 2008 година како специфична во поглед на големината на трговскиот биланс.

Табела бр.2 - Агрегатни податоци за Платниот биланс на РМ за периодот од 1997 до 2008 година (во милиони САД долари)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1. ТЕКОВНА СМЕТКА	-286,6	-278,8	-65,3	-97,6	-236,1	-377,6	-184,1	-452,8	-157,9	-56,4	-596,8	-1.209,5
Стоки	-386,3	-513,6	-495,9	-690,8	-526,7	-805,6	-851	-1.139	-1.063	-1.285	-1.630	-2.531,8
Услуги	-137,8	-59,8	38,9	48,7	-19,2	-22,1	-6,6	-54,4	-33,6	28,3	35	2,2
Доход	-54,5	-52,3	-71,8	-64,5	-28	-44,3	-62,4	-39,2	-113,5	-36,6	-385	-108,2
Тековни трансфери	292	348,9	463,6	609	337,8	494,4	735,9	779,7	1.052,2	1.237	1.383	1.448,3
2. КАП. И ФИН. СМЕТКА	349,6	296,3	-91,4	40,2	236,6	388	218,3	434,1	165,5	48,5	638,8	1.209,5
А. Кап. сметка	0	-1,8	0	0,3	1,4	8,3	-6,7	-4,6	-2	-1,1	4,9	-18,4
Б. Фин. сметка	349,6	298,1	-91,4	39,9	235,2	379,7	225	438,7	167,5	49,7	633,9	1.227,9
- дир. инвестиции	58	150,5	88,1	215,7	446,3	105,5	117,5	321,9	94,2	424	700,2	612
- портф. инвестиции	1,3	0	0	-0,1	0,4	0,3	5,5	12,5	237,9	92,9	155,6	-72,5
- останати инвестиции	294,1	200,9	-36,2	88,8	-134,4	134,2	153	123,7	250,5	-91,4	-78,8	641,2
- бруто резерви	-3,8	-53,3	-143,3	-264,5	-77	139,7	-51	-19,5	-415,1	-375,8	-143	47,2
3. Разлика	-63,1	-17,5	156,7	57,4	-0,5	-10,4	-34,2	18,8	-7,6	7,8	-42	0

Извор: Народна банка на Република Македонија

Иако трендот на зголемување на дефицитот продолжува и во 2009 година, сепак тој е продуциран од намалената побарувачка од странство како последица од светската економска криза. Имено, во литературата за моделирањето на надворешниот сектор на некоја земја вообичаено е извозот и узотот да се претстават како функција на доходот и релативните цени односно реалниот ефективен курс. Со оглед на специфичноста на македонската економија, нејзината надворешна активност покрај овие фактори зависи и од понудата односно неискористеноста на капацитетите. Ако се анализираат одделно, од економскиот модел на македонскиот извоз се гледа дека извозот е високо сензитивен на промени во странската побарувачка (пораст на извозот за 4,7% при пораст на странскиот доход од



1%) и умерено сензитивен на промени на релативните цени (пад/пораст на извозот за 1,45% при 1% апрецијација/депрецијација на денарот)¹². Во моделот на надворешниот сектор на РМ е вклучен и факторот понуда (индустриско производство), кој предвидува пораст на извозот од 3,05% како резултат на порастот на индустриското производство за 1%. Од овој модел може да се заклучи дека каква било девалвација на денарот нема да ги даде посакуваните ефекти за пораст на извозот со оглед на тоа што нашиот извоз се карактеризира со умерена ценовна еластичност. Бидејќи светската криза повеќекратно го намали странскиот доход, а со тоа и странската побарувачка, сето тоа придонесе за драстично намалување на извозната активност на нашата земја со оглед на нејзината висока сензитивност во поглед на странскиот доход. Според ова, со смирувањето на светската економска криза ќе настапи нормализирање на извозот и сè дотогаш би требало да се брани курсот на денарот. За подобрување на ефектите од извозот подобра варијанта би била активирање на постоечките, а неискористени капацитети, наместо преземање на мерки како што е девалвацијата.

Ако се анализира моделот на увозот, како детерминанти на увозот се земаат извозот со оглед на фактот што 65% од увозот е во вид на репроматеријали наменети за извоз, личната потрошувачка бидејќи 25% од увозот се наменети за таа цел, додека релативните цени (реалниот ефективен курс) не се земени како фактор на увозот. Ваквиот наод воопшто не изненадува, бидејќи укажува дека увозот не е ценовно еластичен, со оглед на високата увозна зависност на македонската економија¹³. Вака поставениот модел пак покажува дека каква било промена на паритетот на денарот нема да даде сериозни ефекти во поскапувањето на увозот, а со тоа и на неговото намалување. Со оглед на развојната компонента на увозот поради големото процентуално учество на репроматеријалите, ваквиот потег индиректно би го редуцирал извозот.

Како што спомнавме во теоретскиот дел, девалвацијата може да даде одредени ефекти на краток рок само доколку домашната економија има неискористени ресурси бидејќи делува преку промените во агрегатната побарувачка. Меѓутоа, РМ иако не се наоѓа на границата на своите производствени можности, таа има сосема поинаков макроекономски модел на надворешниот сектор во којшто реалниот ефективен курс има релативно мало значење во поттикнувањето на извозната активност и уште помало во намалувањето на увозната. За да се остварат посакуваните

¹² Б.Јовановиќ, М.Петрески: „Кејнзијански макроекономски модел на РМ - економски теории бихејвиористички равенки”, Билтен на Министерство за финансии, Скопје, 2009 год., стр 61

¹³ Ibid стр. 62.



ефекти од промените во паритетот на денарот, потребно е најпрвин да се промени структурата на моделот на надворешниот сектор, односно да се промени структурата на извозот и увозот, односно на домашното производство. За да се оствари тоа, потребно е да се постигне поголем степен на финализација на домашното производство кое се карактеризира со поголема ценовна еластичност и да се инвестира во енергетски капацитети и со тоа да се отргне од зависноста од увоз на енергенси. Дека девалвацијата од 1997 год. не ги исполни очекувањата во поглед на подобрувањето на надворешно-трговската активност, може да се види од табела бр. 2, која покажува континуиран пораст на трговскиот дефицит и покрај намалениот паритет на денарот во однос на тогашната германска марка¹⁴.

Теоретски, евентуалното спроведување на еднократна девалвација на денарот би предизвикала низа позитивни ефекти како што се поскапувањето на увозот, поевтинувањето на извозот и намалување на дефицитот на тековната сметка. Меѓутоа, покрај овие навидум позитивни ефекти кои во услови на сегашното опкружување, како и при моделот на надворешниот сектор на РМ би имале соема маргинално значење, мерката девалвација би дала и низа други негативни ефекти кои можат лесно да се идентификуваат, а тоа се:

- намалување на куповната моќ на денарските средства со кои располагаат граѓаните и претпријатијата и тоа за процентот на девалвација. Тоа значи дека реалниот доход на граѓаните и фирмите би се намалил, а со тоа и побарувачката на стоки и услуги, појава на негативни тенденции во реалниот сектор окарактеризирани со намалување на производството, вработеноста и продлабочување на дефлаторните притисоци кои во услови на засилена криза би биле погубни за стопанството;
- потешкотии за граѓаните и за фирмите кои користат кредити врз основа на договор со девизна клаузула. Во услови на девалвација тие ќе мора да обезбедат дополнителни денарски средства за да ги вратат кредитите, што уште повеќе ќе го забави растежот на економијата;
- евентуалната девалвација би можела да ја загрози и денарската ликвидност на комерцијалните банки, затоа што граѓаните и фирмите би вршеле интензивна замена на денарските депозити во девизни депозити поради недовербата во домашната парична единица. Тоа би имало негативно влијание врз денарската ликвидност на банките, а со тоа и врз обемот на кредитирањето;

¹⁴ Види Табела бр. 2.



- девалвацијата дополнително би ги поскапела каматните стапки на кредитите со што уште повеќе би се ограничила развојната поддршка на субјектите во економијата, како на правните, така и на физичките лица;
- намалувањето на интервалутната вредност на денарот може да ја загрози и реализацијата на Буџетот на РМ, поради потребата на дополнително одвојување на денарски средства за враќање на странските кредити и заеми, што исто така би довело до редукција на буџетските расходи, особено на оние со развојна компонента, а тоа се капиталните инвестиции.

Заклучок

Сите овие аргументи одат во прилог дека евентуалната девалвација на денарот не би можела на краток рок да даде позитивни резултати во поглед на поттикнувањето на надворешно-трговската активност, туку напротив дека оваа мерка во овие постоечки услови би можела да биде многу болна. Макроекономската стабилност не би требало да се жртвува по секоја цена. Структурата на нашето стопанство, структурата и моделот на надворешниот сектор, како и актуелната економска криза укажуваат дека девалвацијата во моментот би била контрапродуктивна и би ги продлабочила дефлаторните тенденции. Наместо девалвација извозната активност би требало да се стимулира со директни извозни мерки, како што се стимулациите во секторите кои носат најголем извозен потенцијал заради остварување на краткорочни ефекти на тековната сметка.

Меѓутоа, на среден и долг рок кога се очекува светската економија да закрепне од рецесијата, кога нашето стопанство структурно ќе се реорганизира, а увозно-извозната активност добие поинакви одлики, со оглед на бројните а неискористени можности и ресурси на нашата економија, фиксниот курс на денарот би можел да се претвори во сопирачка за економскиот развој на нашата земја. Затоа, во иднина би требало сериозно да се разгледа можноста за постепена замена на фиксниот курс на денарот со некоја од варијантите на флексибилниот девизен курс (управувачко-флексибилен курс) кој би претставувал не само вентил на заштита и сигурност, но и поттикнувач на економскиот раст и развој на земјата.



Користена литература

- Трајкоски Б., Трајкоска Г.: “Управување со обртни средства”, Економски факултет, Прилеп 1999 год.
- Фити Т.: „Основи на макроекономијата”, Економски факултет, Скопје, 2005
- McConnell C., Brue S.: “Economics”, McGraw-Hill, Inc. 1996.
- Vujaklija M.: “Leksikon stranih reci I izraza” – Prosveta, Beograd, 1976 god.
- Stiglitts J., Walsh C.: “Economics”, Third Edition, W.W. Norton&Compani, London 2002.
- Б.Јовановиќ, М.Петрески: „Кејнзијански макроекономски модел на РМ-Економски теории бихејвиористички равенки”, Билтен на Министерство за финансии, Скопје, 2009 год.
- Трпески Q.: „Пари и банкарство”, Економски факултет, Скопје, 2000 год.
- Јовановски Т.: „Монетарна економија”, Економски факултет, Скопје, 1994 г.
- Јовановски Т.: „Девизна економија”, Економски факултет, Скопје 1997 г.
- Жиков А., Кикеркова И.: „Надворешна трговија”, Економски факултет, Скопје, 2002 год.
- Fridman M.: “The role of monetary policy”, American Economic Rewiew, 1975
- Кикеркова И.: „Меѓународна трговија”, Економски факултет, Скопје, 2003 г.
- Спиркоски Б.: „Вовед во применета економија”, Економски факултет, Прилеп, 2000 год.
- Samuelson P., Nordhaus W.: “Economics”, Eighteen Edition, McGraw Hill International Edition 2005.
- Извештаи и билтени на НБРМ.
- Извештаи и билтени на Министерството за финансии.
- Извештаи и билтени на Државниот завод за статистика



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Помлад асистент Марија Димитрије Гогова

ОПШТИТЕ ПСИХОЛОШКИ ФАКТОРИ НА ОДНЕСУВАЊЕ НА ПОТРОШУВАЧИТЕ

Abstract

In modern working the influence of the Marketing is quantitatively improved. The aspect of the costumer, regarding the marketing, takes a central place. Knowing the customer, with his manifestations witch is caused by internal characteristics of every human, represents huge motivation for the marketers. Individuals in the society make the totality. Blithe totality leads to a successful goal for the supply. Customer behavior and the possibility for her anticipation make huge achievements and vantages for the supply.

Key words: *marketing, consumers, consumer behavior, psychological factors of consumer behavior*

Вовед

Како во воведно излагање овде ќе се осврнам на главните точки и поенти на кои е насочен овој труд. Однесувањето на потрошувачите е подрачје на интерес на маркетингот. Маркетингот пак од своја страна, независно дефиниран како наука, процес, филозофија, во себе значајно ги вклучува потрошувачите. Тие се основната клетка која го регулира функционирањето на пазарот и во него делува како значаен стеикхолдер. На пазарот постојат во основа две страни – потрошувачи и понудувачи. Целта на понудувачите е да се реализираат на пазарот, но како тоа ќе го направат ако потрошувачите не се задоволни, не се заинтересирани, немаат такви потреби. Помина времето кога односите на пазарот беа на ниво на продажба, надминувајќи ја фазата на производство, за да дојдат до фаза во која се осознава значењето на потрошувачите и истото научно се поткрепува. Дека потрошувачот стои над понудувачот може да се објасни и со фактот дека секој понудувач се наоѓа во улога на потрошувач, но секој потрошувач не се наоѓа во улога на понудувач.

Општи психолошки фактори на однесување на потрошувачите

Маркетингот е научно поткрепен концепт, кој насочува кон работење, размена на интереси, кои се рационално исплатливи, остварување на профити со централизирање кон потрошувачот, при што тој се гледа како основа на понудата, зависно од неговите потреби и желби. Однесувањето



на потрошувачите е гранка на маркетингот која се занимава со проучување на потрошувачите, независно како процес, форма, збир на активности, како и зошто потрошувачите се однесуваат онака како што се однесуваат и преземаат одредени активности.

Значи, ако маркетингот е неопходен на пазарот тогаш познавањето на однесувањето на потрошувачите е неопходно за маркетингот, иако сè се случува на пазарот на кој влијаат многу фактори, како што се: општествени, политички, економски, социјални, технички, информатичко-технолошки и други, тогаш на потрошувачите исто влијаат повеќе фактори кои го детерминираат нивното однесување.

Факторите кои влијаат на однесувањето на потрошувачите се изразени преку најразлични економски, социолошки, психолошки и демографски аспекти. Познавањето на овие фактори е неопходно, задолжително, затоа што овие фактори влијаат на потрошувачите како патокази за нивното однесување, а ако понудувачот ги запознае патоказите кои го водат потрошувачот, ќе знае каде се движат и тенденциите на нивните аспирации, секако и нивното однесување.

Човекот – потрошувач е дел од некое општество, уредување, култура, општествен слој, член е на одредено семејство, во своето живеење остварува повеќе улоги, но и во себе носи ставови, уверувања има свои потреби, свои мотиви, свое гледање на нештата, своја перцепција. Од вака согледаниот агол на нештата може да се заклучи дека потрошувачот освен макроаспектите на согледување има и микроаспекти. Човекот е дел на општеството, но човекот се има и себеси како опкружување кое влијае на неговото однесување.

Од многуте аспекти на однесувањето на потрошувачите овде ќе ги разгледаме оние кои се внатре во човекот и кај секој се манифестираат индивидуално, посебно, сами за себе, а се формирани врз база на воспитување, учење, социјализација, гени и слично.

Ваквите фактори на однесување на потрошувачите се наречени психолошки фактори на однесување, а во нив влегуваат повеќе аспекти како¹:

- личноста и претставата за себе
- мотивацијата
- перцепцијата
- учењето
- уверувањето и ставовите.

¹ Јаковски Бошко и Ристевска-Јовановска Снежана, „Однесување со потрошувачите“, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ - Економски факултет, Скопје, 2001 година, стр. 105



Ваквото подредување не е редоследно, аспектите имаат подеднакво значење и делување, а не е исклучена и меѓусебна интеракција.

Овие фактори, иако се интерни и се внатре во човекот, не се за запоставување и често го водат истиот кон конечно донесување на одредена одлука, независно дали таа ќе биде купување на одреден производ или услуга, со што нема да и биде овозможено реализирање на пазарот.

Неретко се случува човекот во одредени ситуации да се постави и да се однесува сосема спротивно од тоа што е вообичаено за него и да преземе акции кои ни најмалку не се својствени на тоа како ние сме го перципирале, разбрале и како го замислуваме. Токму таквите несвојствени однесувања се со внатрешна основа, интерни се и корените им лежат внатре во индивидуата, со еден збор, невидливи се за човечко око. Благодарение на развојот на човештвото и психологијата, овие однесувања се дешифрираат и можат да се предвидат, а ако понудувачот ги открие тогаш е во голема предност. Затоа, неслучајно, значењето на психолошките фактори е толку големо што за него одвојуваат простор и универзитетски професори, за потемелно испитување и осознавање на човекот и за помош на други науки во кои човекот е значаен фактор на одредени процеси.

Однесување на потрошувачите, психологија на потрошувачите и маркетинг стратегии

Денешниот свет оди кон глобализација, но не смее никако да го избегнува индивидуализмот кој секако постои и го прави однесувањето на поединците такво какво што е, а притоа рефлектирајќи се на целокупното работење. Во светот организациите, компаниите, сами или потпомогнати од одредени институции изработуваат најразлични студии за потрошувачите. Овие студии не се прават само како административно „собирање на хартија“, туку им помагаат на фирмите да ги развијат и поткрепат своите маркетинг стратегии.

Студиите за потрошувачите им помагаат на фирмите и организациите да ги потврдат своите маркетинг стратегии преку разбирање на поентите, како што се²:

1. психологија на тоа како потрошувачите размислуваат, чувствуваат, сфаќаат и селектираат меѓу различни алтернативи;
2. психологија на тоа како потрошувачите се инволвирани од нивното опкружување;

² www.consumerpsychologist.com, p. 1



3. однесувањето на потрошувачите додека купуваат или донесуваат и создаваат други маркетинг одлуки;
4. ограниченост на потрошувачкото знаење или информираност за способностите за влијание во одлуките и маркетинг резултатите;
5. како потрошувачката мотивација и одлучувачкото однесување влијаат меѓу производителите и степенот на нивната важност и интересот кој го пробудуваат кај потрошувачот;
6. како маркетерите можат да ги адаптираат и подобрат нивните маркетинг кампањи и маркетинг стратегии за поефективно „заробување“ на потрошувачот“.

Со разбирањето на потрошувачот, претпријатијата ги зацврстуваат своите одлуки со поголема информираност што придонесува за правилен и точен избор на конечен пат, постапка, политика на делување.

Разбирањето на психологијата на потрошувачот, како дел од однесувањето, овозможува претпријатијата да се постават на начин со кој ќе ги придобијат потрошувачите и ќе стекнат нивна лојалност. Тие на таков начин, со проучување на факторите на однесување на потрошувачите, ќе можат да одлучат кога е подобро на пазарот да се претстават или настапат со логички аргументи, а кога е подобро тоа да го направат преку емоционални или симболични презентирања.

Однесувањето на потрошувачите како што покажуваат одредени истражувања, направени на Интернет, не донесуваат до заклучокот дека однесувањето на потрошувачите влијае не само на маркетинг стратегиите, туку и на општественото опкружување, социјалниот маркетинг кој подразбира собирање на идеи од потрошувачите, за конечно разбирањето и проучувањето на потрошувачите и нас не направи подобри купувачи и потрошувачи.

Согледувања од петте фактори на однесување на потрошувачите

Покрај многуте фактори кои влијаат на формирањето на однесувањето и донесувањето одлуки при купувањето, како што се: социолошките, демографските и други, значајно место заземаат и психолошките фактори. Секој од можните психолошки фактори: личност и претстава за себе, мотивација, перцепција, учење, уверување и ставови се значаен дел во формирањето на однесувањето на потрошувачот.

Овие фактори влијаат не само на тоа како потрошувачот ќе се однесува, туку и на тоа како претпријатијата треба да се однесуваат. Формирањето на маркетинг стратегиите зависи од тоа што потрошувачите сакаат. Овие стратегии претставуваат начин на приспособување на претпријатието



на предвиденото опкружување во кое како значаен „диригент“ се јавува потрошувачот. Стратегијата претставува пат, насока по која треба да се движи претпријатието, но притоа за цел на тоа чекорење да го има потрошувачот.

Претпријатието во своето работење е опкружено со многу варијабли, фактори. За претпријатието е значајно меѓу тое варијабли кај одредени да постигне константност. Тој фактор, кој за претпријатието е многу значајно да е константен, е потрошувачот.

Потрошувачот како единка, единствена и доследна сама на себе е изложена на влијанија од надвор, но и на влијанија предизвикани од внатре. Надворешни фактори на однесувањето на поединецот се неговите различни улоги во општеството, односот во фамилијата, пријателите, културата на која ѝ припаѓа, класата на која ѝ припаѓа и слично. Внатрешните фактори на однесувањето на потрошувачот се биолошки, стекнати или научени. Емоциите на поединецот, неговиот карактер, темперамент, тој ги носи во себе, определени на начин карактеристичен само за него, доаѓаат до израз во неговото однесување. Овие внатрешни елементи поединецот различно ги користи во различни ситуации и средини.

Редоследот на објаснување на факторите обично зема насока од поединецот кој се развива и созрева. Тој со текот на времето најпрво стекнува претстава за себе и неговата личност. Личноста на поединецот како потрошувач и нејзиното проучување е многу значајна и многу придонесува за успешно работење на претпријатијата. Овие истражувања и резултатите кои се добиени од нив укажуваат зошто некогаш поединецот се однесува логично, а во други ситуации се однесува дури и нерационално.

Откако човекот е свесен за своето постоење, тој станува свесен дека е подложен и на одредени потреби. Потребите кај поединецот влијаат како двигатели тој нешто да задоволи. Нарушувањето на рамнотежата кај поединецот, која може да е од различна природа, како глад, потреба за сон итн. кај него предизвикува реакција на урамнотежување, односно пронаоѓање на она што недостасува или елиминирање на она што е вишок.

Во тоа барање на задоволување на своите потреби, поединецот не би одбрал кое било од понудените решенија. Поединецот како резултат на познавањето на себе и своите мотиви ги разгледува понудените алтернативи. Барањето на соодветната алтернатива зависи од тоа како поединецот го гледа светот и која претстава ја има за истиот и за себе, и за своите потреби.

Откако тој формира поглед кон себе внатре и надвор кон средината, тој во неа живее. Живеењето на поединецот му носи искуства со кои тој го променува или задржува своето однесување. Тој учи на своите грешки, учи на тугите грешки, ги повторува позитивните однесувања. Поединецот



се стекнува со одредени знаења за себе и за околината.

Овие знаења се имплицираат врз формирањето на ставовите и уверувањата како релативно трајни, позитивни или негативни гледања на нештата.

Ова формирање на релативна трајност треба кај претпријатијата да предизвика голема внимателност при своето работење. Потрошувачот кој еднаш е изгубен, најчесто е изгубен засекогаш. Поединецот нема да остави, а да не ја задоволи својата потреба, своето јас, но тоа може да го направи не користејќи ја вашата услуга, туку услугата која внимава на психолошките фактори и ги почитува и користи сознанијата од оваа тема.

Заклучок

Потсвеста е толку моќна што укажува на моќта на психологијата на човекот. На потсвеста никогаш не ѝ недостасуваат нови и вистински идеи, вистински извори на богатство се идеите на умот, пречката за стекнување на богатство исто се наоѓа во умот.

Никола Тесла често знаел да каже: „Секој апарат секогаш работи онака како сум го замислил. За дваесет години немаше ниту еден исклучок“. Дадениот цитат ја потврдува научната испитаност на моќта на влијанието на внатрешното „јас“ и внатрешните процеси кои ја формираат личноста.

Маркетинг ориентираните претпријатија мора да се водат по патоказите кои им ги посочуваат факторите за однесување на потрошувачите, со цел во своето работење приматот да не го добие само потрошувачот, туку и профитот на понудувачот.



Користена литература

Assel Henry, “Consumer Behaviour and marketing action”, 6th edition, South Western College Publishing, an international Thomson Publishing Company, New York University, 1998

Loudon/Della Bitta, “Consumer Behaviour, concept and applications”, 2nd edition, USA, 1976

Radonjic Slavoljub, “Uvod u psihologiju, struktura psihologije kao nauke” четврто издание, Zavod za udzbenike I nastavna sredstva, Beograd, 1967

Solomon Michael and Bamossy Gary and Askedaard Soren, “Consumer Behaviour a European perspective”, publishing Prentice Hall Inc. a Symon & Schustee Company, New Jersey, USA, 1999

Јаковски Бошко и Ристевска-Јовановска Снежана, „Маркетинг“, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ - Економски факултет, Скопје, 2002 г.

Јаковски Бошко и Ристевска-Јовановска Снежана, „Однесување со потрошувачите“, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ - Економски факултет, Скопје, 2001 г.

Тодорова-Цвеиќ Илина, „Психологија“, Просветно дело, Скопје, 1986 г.

Шуклев Бобек, „Менаџмент“, трето дополнето и изменето издание, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ Економски факултет, Скопје, 1999 г.



ПРИМЕНА НА МЕТОДИТЕ И ТЕХНИКИТЕ ЗА БЕЗДЕФЕКТНО ПРОИЗВОДСТВО ВО ПРОЕКТИРАЊЕТО НА СИСТЕМ НА КВАЛИТЕТ И ОПТИМИЗАЦИЈА НА ДЕЛОВНИТЕ ПРОЦЕСИ

Асистент м-р Елизабета Митрева

Технолошко технички факултет, Универзитет “Гоце Делчев” Штип

Љубица Стефановска, дипл.маш.инж.

Машински факултет, Универзитет “Гоце Делчев” Штип

Апстракт

Во фабриката за шински возила неопходно е да се почитуваат железничките стандарди, стандардите за производство, монтажа, сервис и безбедност на транспорт на луѓе и добра. За да има непречено одвивање на деловните процеси, неопходна е примена на стандардите ISO 9000, преку кои се изгради систем за обезбедување на квалитет. Но, добар систем за квалитет не значи само систем со кој ќе се обезбеди проектираниот квалитет, туку управување и оптимизирање на процесите. За таа цел, при проектирањето на стандардните оперативни процедури, се примени соодветна методологија за методите и техниките на статистичката процесна контрола за бездефектно производство и методологија за оптимизирање на трошоците. Во овој труд се применети: карта на трендот, контролна карта, корелациона анализа, Парето пристапот и Ишикава методата. Од резултатите кои се добиени со ова истражување се дојде до сознание дека со примена на методологијата за SPC и методологијата за оптимизирање на трошоците, може да се постигне дефинираниот квалитет и подобра продуктивност при најмали трошоци во работењето.

Клучни зборови: *оптимизација, SPC, квалитет, методологија, Парето анализа, Ишикава метода, корелациона анализа, карта на тренд, контролна карта.*

Implementation of the methods and techniques for flawless production in the projecting of a system of quality and optimization of a working processes

Abstract

At the factory for rail-vehicles it is necessary to value the railway standards within the production, montage, servicing and security of the human transport and the transport of goods as well. In order to get an unobstructed flow of the business processes it is necessary to implement the standards ISO 9000 which is responsible for the quality system. But, a good quality system does



not refer to a system which will provide the foreseen projected quality, but a one that will provide a good managing and optimizing of the processes as well. With that purpose two methodologies were implemented - for the methods and the techniques for a statistical process control in order to get a flawless production and a methodology for optimizing of the costs. In this paper were also used: the trend card, control card, correlation analysis, Pareto approach and Ishikawa method. As of the results from this research it is indicated that with the implementation of the methodology for SPC and the methodology for optimizing of costs the defined quality and an improved productivity can be obtained, even with the least of costs during the work.

Keywords: *Optimization, SPC, Quality, Methodology, Pareto Analysis, Ishikawa method, Correlation Analysis, Trend Card, Control Card.*

Вовед

За да се оствари успех во примената на TQM стратегијата во компаниите, менаџерите мора да изберат методологија подржана од различни методи и техники во кои спаѓаат:

- Шеми за подобрување - PDCA, QFD, Самооценување, Benchmarking, Brainstorming, Шест сигма, Кружоци на квалитет, Workshops ...
- Дијаграми - Slowchart, GANT, ISHIKAWA...
- Статистички методи и техники на бездефектно работење – SPC, SQC, ABC, FMEA, SWOT...

Во изборот и примената на истите влијаат голем број на фактори од организационен и технички карактер, па зависно од проектирањето, односно организационото структурирање на системот за квалитет, може да се предложи класификација на методите и техниките за бездефектно работење.

Управувањето со квалитетот се остварува низ системот на квалитет, према дефинираната политика, цели и одговорности на компанијата.

Врз основа на анализата што е направена на претпријатијата што се занимаваат со металопреработувачка дејност во Велика Британија (Sohal S. A., Abed H. M., Keller Z. A, 1990, pp. 38-49) се доаѓа до заклучок дека најголеми причини поради кои претпријатијата не користат методи и техники на квалитет е незнаење и неискуство во примена на истите. Тие препорачуваат надминување на овие бариери со примена на методите и техниките на квалитетот. Меѓутоа, најчест проблем е во правилниот избор на истите.

(Stoiljković V., Uzunović, R., Majstorović, V. и др., 1996) потенцираат дека развојот на методите и техниките за квалитет започнал со појавата



на првите елементи на статистичката теорија на полето на инспекцијата, за да, до денес се дојде до десетина различни техники и алати на квалитет. Тие го наведуваат примерот со познатата компанија Lucas Engineering & Systems, каде три од тринаесет клучни принципи за развој, примена и успех во концептот на тоталниот менаџмент на квалитет го сочинуваат принципи поврзани за методите и техниките за контрола на квалитетот, што зборува за нивната значајна улога.

Предноста од примена на методите и техниките за контрола на квалитетот во компаниите се гледа во следново:

- подигање на нивото на квалитетот во сите деловни процеси на компанијата;
- намалување на сите видови на трошоци;
- намалување на цената на производите;
- создавање на доверба кај купувачите/ корисниците;
- подигнување на знаењето кај вработените.

На ваков начин се постигнува и зголемување на мотивацијата на вработените, зголемување на продуктивноста, проширување на пазарите.

Статистичка процесна контрола (SPC) е превентивна мерка, но само од една точка, бидејќи таа упатува само на варијацијата на својствата на многуте варијабли во самиот произведен процес. Во поширока смисла, SPC е сеуште реактивна по природата и претставува решение после фактичкиот проблем. Така да, SPC вклучува фокусирање на што е лошо и се обидува да ја редуцира варијацијата откако производот е реализиран.

Превентива и редуција на варијацијата на својствата може и треба да отпочне многу порано во “животот” на производот.

Преку статистичката процесна контрола (Juran 1978; Taguchi 1983; Deming, 1986) може да се утврди стабилноста на процесите и предвидливост во производството. При тоа, сите варијации може да се движат во дефинирани интервали, односно во граници на толеранција.

Ако процесот е серија од случаи и услови и серија од фази каде што се очекува дадената вредност на влез да го даде бараниот излез со што помали варијации во излезот, тогаш можеме да кажеме дека процесот е стабилен (Stenberg and Deleryd, 1999).

За (Ebrahimpour et al., 1992), статистичка процесна контрола не е само едукација, таа е стратегија за намалување на варијабилноста, како дел од TQM стратегијата за перманентно унапредување на квалитетот (Oakland, 2000).

Статистичките методи за контрола на квалитет (Deming, 1986) се корисни и имаат примена во многу функции на системот за квалитет, посебно на критичните места каде е неопходно подобрување и оптимизација на деловните процеси.



Иако голем дел од статистичките методи и техники се користат во производните претпријатија, тие имаат широка примена и во услужните гранки (Xie and Gho, 1999).

Тие помагаат при одлуката кои податоци се битни и како да извлечеме максимални сознанија од нив, за да избегнеме неусогласености, анализа на тековните проблеми и др. (Ahire et al., 1996).

Статистичкиот концепт на управување со квалитетот се одликува со четири основни принципи:

- резултатите на било кој процес се променливи, се расејуваат и покуруваат на некој од законите на распределба;
- грешките се секогаш можни и секогаш присутни;
- податоците секогаш се собираат, а врз основа на нив се презема корективна активност;
- податоците мора да се претстават со дефинирано потекло, за начинот на нивното добивање, за да може да се искористат во вистинска насока.

(Stenberg and Deleryd, 1999) врз база на нивното студиско истражување во 83 шветски компании ги истакнале придобивките од употребата на статистичката процесна контрола:

- постигнување на ниски трошоци на квалитетот и намалување на губитоци;
- подобрување на деловните процеси и производи;
- подобро разбирање на процесите;
- можност за контрола на процесите;
- обезбедување на квалитетот.

Наоди и анализа на резултатите

Примена на методи и техники за утврдување на стабилноста на деловните процеси и предвидливост на производството

Обезбедувањето квалитетот во компаниите е сврзано не само со работата на луѓето, туку и со работата на машините, технологијата на производните процеси и др., па затоа е неопходна и контрола со која ќе се оценува стабилноста и способноста на производните процеси. Но контролата сама по себе не е доволна. Потребно е постојано да се подобруваат процесите со редуцирање на варијациите. Па, следи дека со SPC не се мери само моменталниот перформанс на процесите, туку таа дава основа за подобрување на истите.

Во фабриката за шински возила се применија одредени статистички методи, со цел да се спречат дефектите, а не само да се регистрираат, како

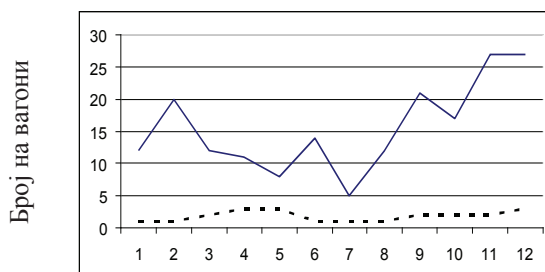


што беше во досегашната практика. Методи и техники кои се применија се: чек листа, Парето дијаграм, Дијаграм на причини - последици (Ишикава дијаграм), Контролни карти, Дијаграм на корелација, Карта на тренд и др.

Овие методи ги применивме за оценка на процесите, бројот/ процентот на дефектите, стабилноста на машините, да се откријат причините за создавање дефекти и варијации и сл.

Примена на картата на тренд за утврдување на динамика на пуштање на вагони во сообраќај

Картата на тренд ја применивме за да ја видиме динамиката на пуштање во сообраќај на патнички и товарни вагони во текот на 2005 год. Сл.1



Сл. 1: Карта на тренд за број на пуштени патнички и товарни вагони по месец,и во текот на 2005 год.

Легенда : ————— Број на товарни вагони
 - - - - - Број на патнички вагони

Од картата на тренд може да се види динамиката на пуштање во сообраќај на патнички и товарни вагони, а анализирајќи ги поголемите осцилации со помош на Ишикава дијаграмот, може да се откријат причините за намалување на реализацијата на плановите.

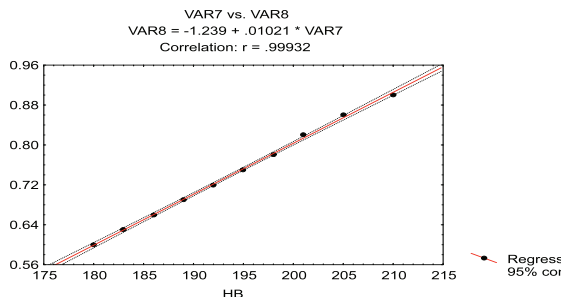
Примена на корелациона и регресиона анализа за утврдување на квалитативната и квантитативната зависност на дадени својства

Во контролата на квалитетот на производните процеси значајна улога има испитувањето на зависноста помеѓу поделните својства. Методата со која се анализира зависноста помеѓу неколку големини се



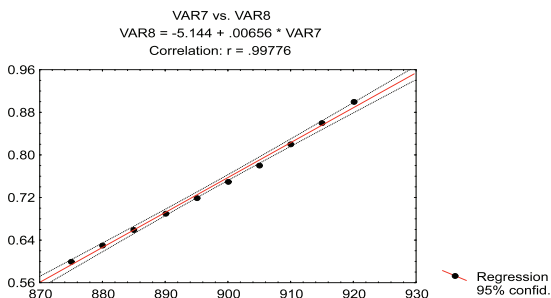
вика корелациона анализа. Корелационата анализа може да најде примена во процесите, зошто постои определена зависност помеѓу пооделни параметри кои го детерминираат процесот.

Корелациона и регресиона анализа ја применивме за утврдување на квалитативната и квантитативната зависност на степенот на искористеност од температурата на калење и тврдината на челикот по Бринел кои се значајни за оптимирањето на овие процеси, сл.2.



Сл. 2: Зависност на степенот на искористеност од тврдината на челикот по Бринел

На сл.3 е прикажан дијаграмот на корелација помеѓу температурата на калење и степенот на искористеност.



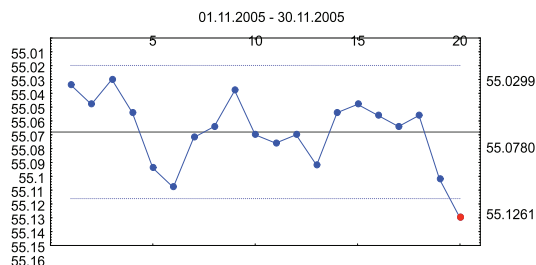
Сл. 3: Зависност помеѓу температурата на калење и степенот на искористеност

Од сл. 2 се гледа дека коефициентот на корелација $r_{x,y} = 0.99932$, што значи дека помеѓу овие два параметри постои јака пропорционална зависност, истото може да се види и од сл. 3 каде коефициентот на корелација е $r_{x,y} = 0.99776$. Од дијаграмите може да се констатира дека овие три параметри се меѓусебно зависни, како што покажува и производната практика.



Примена на x-R контролна карта за утврдување на варијациите на еден процес

x-R контролна карта во фабриката се примени за да се утврди стабилноста на процесот на производство на чаури во тек на месец ноември 2005 год. Како корисна метода таа се употреби за обезбедување стабилен процес во поглед на постигнување на најмала варијација на внатрешниот пречник на чаурите. Тоа е значајно бидејќи дневното производство во фабриката е 2000 чаури, месечното 42.000, а годишното 504.000.



Сл. 4: x-R контролна карта за внатрешен пречник на чаура во тек на месец 11.2005

Од сл.4 може да се види дека процесот е стабилен, освен на 25.11.2005, каде процесот излегува од горната дозволена граница. Но, сепак тие отстапувања на контролираната мерка не се надвор од дозволените граници на толеранција.

Во периодот од 1-8 во месецот се јавуваат варијации што е резултат на почеток на процесот, направени се корективни мерки, па процесот е стабилизирани, потоа, околу 25.11.2005 се јавува големо отстапување за кои се потребни повторни интервенции. Од оваа контролна карта може да се види дали одвивањето на процесот е во согласност со очекувањата за стабилни производи.

Методологија за анализа на трошоци

Чек листата е едноставен метод за евиденција и анализа на неправилностите кои се јавуваат во различни операции. Нивната зачестеност најчесто му предходи на Парето дијаграмот.

Во технолошките процеси има многу појави на неправилности во разни технолошки операции. Многу од нив може да се спречат ако се направат одредени корекции во работењето.

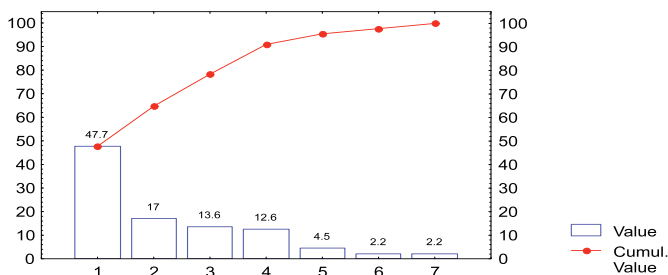


Парето - дијаграмот е применет во работна единица за товарни вагони, каде при предавање на вагонот по фази се јавуваат најмногу рекламации. Ова значи пари, дополнителна ангажираност, дополнителни трошоци за работна рака и репро-материјали и неквалитет. Снимени се 50 товарни вагони. Во табела 1 се дадени рекламациите по одделенија во работната единица за товарни вагони, бројот на рекламации изразени во МКД, % на рекламации и кумулативниот процент на рекламации.

Табела 1: Број на рекламации изразени во денари по одделенија во работна единица за товарни вагони

ред.бр	одделенија	Број на рекламации во МКД	% на рекламации	Кумулативен % на рекламации
1.	Ковачница	420.000,00	47,7	47,7
2.	За долни строј	150.000,00	17,0	64,7
3.	За горни строј	120.000,00	13,6	78,3
4.	За сопирачки	110.000,00	12,6	90,9
5.	Столара	40.000,00	4,5	95,4
6.	Фарбара	20.000,00	2,2	97,6
7.	Тркалачки лежишта	20.000,00	2,2	100
Вкупно		880.000,00	100	

На сл. 5 е даден Парето дијаграм за процентот на рекламации по одделенија во работната единица за товарни вагони.



Сл. 5: Парето дијаграм за % на рекламации по одделенија

Врз основа на добиениот Парето дијаграм се забележува дека најголем број на рекламации се јавуваат во одделение - ковачница и тоа 47,7% од вкупните рекламации.



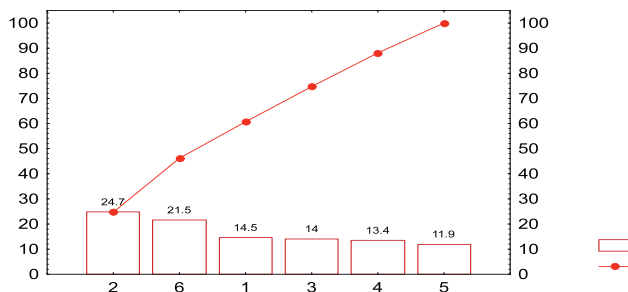
Доколку се успее највисокиот столб да се намали ќе се постигне значително подобрување на процесот.

Го анализираме одделението ковачница, за да видиме како се однесуваат овие рекламации за одреден временски период од шест месеци. Во табела 2, се дадени: 100% остварување во ова одделение кога нема рекламации, реално остварување и загуби од рекламации во првите шест месеци од годината.

Табела 2: Загуби од рекламации (МКД) во првите шест месеци од 2005 год., во одделение ковачница

Месеци	100% остварување во (МКД)	Реално остварување во (МКД)	Разлика, загуба во (МКД)	% загуба
1	230.000,00	141.000,00	89.000,00	14,5
2	320.000,00	168.000,00	152.000,00	24,7
3	180.000,00	93.800,00	86.200,00	14,0
4	195.000,00	112.400,00	82.600,00	13,4
5	150.000,00	77.200,00	72.800,00	11,9
6	180.000,00	47.600,00	132.400,00	21,5
вкупно	1.255.000,00	640.000,00	615.000,00	100

На сл. 6 е даден Парето дијаграмот за процентуалниот удел на трошоците поради трошоци во одделение ковачница.



Сл. 6: Парето - дијаграмот е применет во работна единица за товарни вагони, каде при предавање на вагонот по фази се јавуваат најмногу рекламации

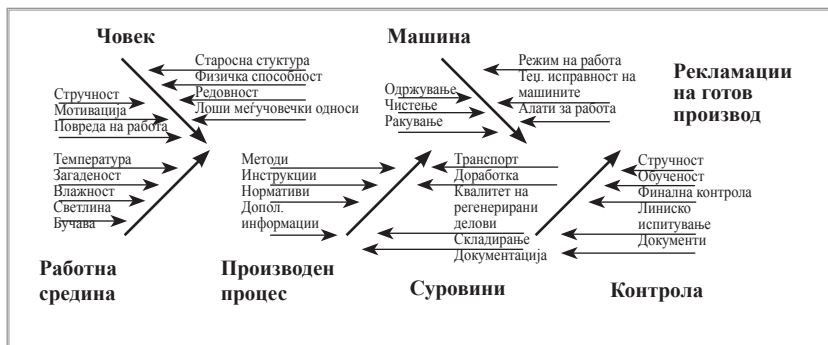
Од табела 2 и од Парето дијаграмот може да се види дека најголем процент на загуби поради рекламации се случиле во месец февруари 24,7% и во месец јуни 21,5%.

Со анализа на операциите кои даваат најголем број на рекламации, треба да се отстранат неправилностите кои предизвикуваат дефекти, а тие можат да произлезат од факторите: човек, машина, алат и др.



Примена на Ишикава дијаграм за откривање на грешки

За да се утврдат причините за загубите што настанале од рекламации на репарирани делови се примени Ишикава дијаграмот.



Сл. 7: Ишикава дијаграм за откривање на причините за грешка

Од дијаграмот може да се види следново: во одделение – ковачница се нарушени меѓучовечките односи, има чести несогласувања помеѓу раководителот и вработените, постои недостаток на контрола на влез на регенерираните делови кои се излезни производи од друг процес.

Овие сознанија треба да помогнат на топ менаџментот и службата за квалитет да преземат корективни мерки со цел да ги организираат деловните процеси при најмали трошоци на квалитет.

Заклучок

Врз основа на методологијата за примена на методите и техниките за бездефектно работење и методологијата за оптимизација на трошоци во фабриката за шински возила се оствари дефинираниот квалитет, се заштитија купувачите/ корисниците од дефектни производи, што резултираше зголемување на конкурентноста на фабриката на пазарот, се зголеми профитабилноста, се подобри квалитетот, се смалија дефектите и трошоците во работењето, се зголеми задоволството на вработените. Примената на методологијата за оптимизација на трошоците покажа дека таа е многу значајна за менаџментот бидејќи овозможува постигнување на дефинираниот квалитет, при најмали трошоци.



Литература

- Ahire, S.L., Golhar, D.Y., & Waller, M.A., (1996), Development and validation of TQM implementation construct, *Decision Sciences*, vol.27, pp. 23-56.
- Arsovski, S., Stefanović, Z., Perović, M., Arsovski, Z., (1996), Kvalitet I reinženjering poslovnih procesa, *TQM*, Vol.24, No 3-4, str.5-10
- Beskese, A., & Cebeci, U., (2001), Total quality management and ISO 9000 applications in Turkey, *The TQM Magazine*, Vol. 13 No. 1, pp. 69-73.
- Besterfield, D., (1994), *Quality control*, 4th edition, Prentice Hall.
- Carr, L., & Tyson, T., (1992), Planning quality/cost expenditures, *Management Accounting*, October, pp. 52-56.
- Carr, L., (1992), Applying cost of quality to a service business, *Sloan Management Review*, pp. 72-79.
- Casadesus, M., & Gimenez, G., (2000), The benefits of the implementation of the ISO 9000 standard: empirical research in 288 Spanish companies, *The TQM Magazine*, Vol. 12 No. 6, pp. 432-441.
- Chepujnoska, V., Mitreva, E., (2008), Methodology for optimization of the quality costs, *Економски развој*, год. 10 бр.1 стр. 213, Скопје, стр. 45-57
- Dahlgaard, J., and Kristensen, K., (1992), Quality costs and total quality management, Vol. 3, No. 3, pp. 211–222
- Deming, W.E., (1996), *Kako izaći iz krize*, PS Grmeč, Beograd, str. 30.
- Deming, E., (1996), *Nova ekonomska nauka*, PS Grmeč, Beograd, str. 110. (12).
- Ebrahimpour, M. & Withers, B. E., (1992), Employee involvement in quality improvement: A comparison of American and Japanese manufacturing firms operating in the U.S. *IEEE Transactions on Engineering Management*, vol.39, no. 2, pp. 142-148.
- Juran, J.M., (1978), Japanese and Western quality: A contrast in methods and results, *Management Review*, vol. 67, no. 11, pp. 27-45.
- Kondo, Y., (1995), *Companywide Quality Control*, 3^a Corporation, pp.51-96
- Lascelles M. D., Dale G. B., (1990), The use of quality management techniques, *Quality Forum*, vol 16, No. 4, pp. 188-192.
- Modaress, B. & Ansari, M., (1989), Quality control techniques in US firms: A survey, *Production and Inventory Management Journal*, 2nd Quarter, vol. 30, no. 2, pp. 58-62.
- Митрева, Е., Чепујноска, В., (2007), Примена на концептот на тотален менаџмент на квалитет (TQM) во управувањето со информациите во претпријатието, *Економски развој*, год. 9 бр.3 стр. 297, Скопје, стр. 129-143
- Sohal S. A., Abed H. M., Keller Z. A., (1990), Quality assurance: Status, structure and activities in manufacturing sector in the United Kingdom, *Quality Forum*, Vol. 16, No. 1, pp. 38-49.
- Stoiljković V., Uzunović, R., Majstorović, V. dr., (1996), *Alati kvaliteta*, CIM College, Mašinski fakultet, Niš.



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

М-р Стеван Лазар Габер

ЗНАЧАЈНОСТА НА ФИСКАЛНИТЕ ПРАВИЛА ЗА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА СТАБИЛНА ФИСКАЛНА ПОЛИТИКА

Abstract

The necessity to secure stable macroeconomic policy stimulates the countries through restriction on unproductive expenditures, especially in the segment of public debt, to focus on the implementation of healthy fiscal policy strategy. Certainly, to achieve this goal, fiscal policy it's not enough. Also, it needs coordination and harmonization with the creators of monetary policy. Therefore, this paper analyses the necessary criteria for creating suitable fiscal policy rules, as the opportunity to foresee some pragmatic alternative rules.

Key words: *fiscal responsibility, long-term sustainability, macroeconomic stability, deficit bias rules, expenditure rules*

Вовед

Секоја влада, односно политичка партија, има тенденција да води експанзивна политика, која во голема мера подразбира буџетско дефицитно финансирање. Покрај зголемувањето на даноците, како полесен пристап за финансирање на дефицитот, но далеку понепопуларен, емисијата на јавен долг или задолжувањето кај различни финансиски институции се јавуваат како најчесто применувани начини за обезбедување на дополнителни финансиски средства во буџетот. Оттука произлегува и потребата од воспоставување на одредени правила за контрола на фискалната дисциплина, кои во голема мера ќе го ограничат неодговорното политичко однесување, а кое има за цел одржување на макроекономската стабилност. Следствено на тоа, при конструирањето на правилата мора да се внимава на карактеристиките, како што се: транспарентност, управливост и применливост во политичкиот сегмент. Во почетокот на трудот се делумно разгледани и споредени правилата на кои функционира ПСР и правилото Gramm-Rudman во САД. Во тој поглед се прави дистинкција меѓу две општи групи на правила и тоа: дефицитни правила и потрошувачки правила за кои ќе се дискутира подолу во текстот.



Критериум за избор на правила за одржување на фискална дисциплина

Основната мотивација за секое правило на фискалната политика е да промовира стабилен економски раст преку контрола на акумулацијата на долгот. Како доказ за тоа, секој чекор во еволуцијата на буџетските правила на САД довел до слушање на лоши финансиски вести – од критериумот на креирање на конгресен буџетски процес во раните 70-ти до иницијалните т.н. Gramm-Rudman-Hollings правило на дефицитен лимит во средината на 80-тите, па сè до изгласувањето и рафинирањето на последната фаза на правилата во 1990, 1993 и 1997 година. Кога грижата за буџетот во доцните 90-ти се засенила со постигнување на суфицит, тогаш се намалил интересот за буџетски правила и се дозволило да им истече нивниот рок на примена.

Мотивацијата зад Пактот за стабилност и раст на ЕУ била објавена со извесни варијации на истата тема. Лидерите на земјите-членки на ЕУ цврсто верувале дека бенефитите на кредибилна заедничка валута можат да бидат одржани, единствено доколку сите земји-членки на Унијата истовремено постигнале фискален кредибилитет. Пактот за стабилност и раст бил дизајниран да делува против потенцијалната мотивација на секоја индивидуална земја-членка да ужива во буџетска слобода, притоа потпирајќи се на сите други да ја одржуваат неопходната фискалната дисциплина за одржување на институционален кредибилитет. Земјата „слободен јавач“ може да претпостави дека единствената централна банка за целокупната ЕМУ нема да ги зголеми каматните стапки со цел да го санкционира недостатокот на фискална дисциплина на страната на само една земја.

Сепак, покрај примарната мотивација, при креирањето на едно такво фискално правило, бара мултидимензионален избор. Постојат најмалку две битни цели: 1) долгорочна фискална одговорност и одржливост и 2) краткорочна макроекономска стабилизација.

Првата цел, **фискалната одговорност** е многу едноставно мерлива преку контрола на акумулацијата на долгот. Претпоставувајќи присуство на рационални финансиски пазари и економски актери, тој критериум мора да се продолжи во една предвидлива иднина, покренувајќи прашања поврзани за долгорочниот изглед и одржливост. Исто така, бара фискалните власти да имаат доверба во јавноста дека идните политички одлуки ќе бидат здрави и одговорни.

Во исто време, контролата над акумулацијата на долг треба да биде постигната при најмали можни трошоци на невработеност и економски недостатоци, едноставно за благосостојбата на популацијата во целина. Во екстреман случај, потребите на политиката да го пролонгира економскиот



пад може да се покаже како поразително на долг рок, односно ќе се зголеми залихата на долг, па дури и еднократно, постои можност да ги влоши приватните бизнис инвестиции, најмалку за одреден период, продолжувајќи го периодот за време на кој економските перформанси ќе се изедначат и фискалните дефицити и акумулацијата на долг ќе бидат поголеми од потребното.

Според тоа, постигнувањето на долгорочна одржливост бара воспоставување на кредибилитет со финансиските пазари и јавноста. За да се постигне долгорочна или краткорочна стабилизација е потребно фискалното правило да биде транспарентно и административно, во поглед на неговата тековна имплементација и неговата употреба, и да биде применливо во политичкиот домен. Правило кое е невозможно да се примени не може да го има посакуваниот ефект врз акумулацијата на долг, одржливоста и кредибилитетот. Исто така, кредибилитетот нема да може да се оствари преку дисциплинарен механизам, кој не е јавно прифатен како политички одржлив за одреден временски период. Никое фискално правило не смее да се вмешува во најбитните функции на државата во настојувањето за остварување на сите други долгорочни цели на јавниот сектор. Ова вклучува, меѓу другото, предвидливо финансирање и адекватно финансирање на јавните инвестиции.

Супериорноста на кое било правило врз основа на еден критериум, како резултат на мултидимензионалните цели на фискалните правила, не е доволно оправдување за негово усвојување. Ова е најверојатно вистинито со оглед на потребата за балансирање помеѓу макроекономската стабилизација, од една страна, и рестрикциите на долгот, од друга страна. Сепак, со оглед на реалните ограничувања, може да биде особено важно, како што се: администрирањето, кредибилитетот и политичката применливост. Секое успешно правило треба да биде демонстративно функционално и кредибилно, бидејќи голем дел од јавниот бенефит на фискалната одговорност произлегува од однесувањето на финансиските пазари.

Понатаму, секоја политика мора да има значителни предности во однос на секундарната цел на *стабилизацијата* за да ги отстрани недостатоците во однос на примарната цел на фискалната контрола, бидејќи контролата на долгот е функција единствено на буџетирањето, каде макроекономската стабилизација може да биде постигната преку монетарната и фискалната политика. Постои некоја разлика во поглед на економските околности помеѓу Европската монетарна унија, со нејзината централна банка и бројни фискални авторитети, и САД. Сепак, не треба да се претерува со оваа компарација, бидејќи 50-те држави во САД не се мали и се прилично разновидни, а земјите од ЕМУ со декади биле ограничени во нивните фискални и монетарни политики



преку трговијата и валутните аранжмани. Од ЕЦБ може да се очекува да одговори позитивно за неутрализирање на макроекономските шокови, кои се доволно силни да влијаат на поголем дел од ЕМУ, а ПСР обезбедува исклучоци кои може да се активираат доколку некој значаен шок треба повеќе да се локализира. *Според тоа, останува фактот дека до одреден степен монетарната политика може да носи најмалку еден дел од товарот на макроекономската стабилност, а фискалните правила треба експлицитно да се фокусираат на акумулацијата на долг.*

Од таа причина, фискалните правила треба да се оценуваат, покрај другото, и според нивната хармонизација со креирањето на здрава монетарна политика. Предвидливоста и стабилноста треба да бидат сериозно разгледани. Монетарните авторитети ќе бидат посамоуверени во донесувањето на важни одлуки, дали да се (не)делува, доколку можат да се осврнат на фискалниот процес да следи смирен и стабилен курс во фискалната политика. Од друга страна, фискалното правило, кое може да одговори на брзите промени во буџетската политика со ненадејни промени во фискалниот став, ќе го отежни креирањето на монетарната политика и ќе ги принуди монетарните власти ефективно да се натпреваруваат со креаторите на фискалната политика наместо да соработува со нив¹.

Во целина, изборот на фискално правило, како и формулирањето на самата фискална политика, бара перспектива и одлучност. Со тек на време фокусот треба да биде проширен и преку критериумот за креирање на политика. Оптималниот избор можеби нема да биде најдобар, според некој посебен стандард, но тој мора да ги балансира главните цели и да биде истраен при појава на стресни економски и политички услови.

Алтернативни фискални правила

Помеѓу бројните фискални правила кои биле употребени, постојат две широки класификации кои може да послужат како потенцијални модели: 1) правила засновани на дефицит и долг и 2) потрошувачки правила.

Правилата засновани на дефицит и долг т.н. **дефицитни правила** функционираат преку нумерички лимити на износот на годишниот дефицит – дали лимит деноминиран во поглед на валута, како на пример нула, или лимит поставен како процент од БДП. Примерите од овој вид на фискално правило го вклучуваат Пактот за стабилност и раст на ЕУ и системот на Gramm-Rudman-Hollings во САД (кој бил на сила од 1986 до 1990 година).

¹ Blinder (1982) ја разгледува оваа загриженост; Canzoneri et al. (2002) на оваа дилема ѝ дава помало значење



Системот на САД бил базиран на законски доларски дефицитни лимити постепено намалувајќи се кон нула, кои биле ревидирани само еднаш (за да се олеснат рестрикциите) пред истиот да бил заменет. Пактот за стабилност и раст поставува максимален дефицит од 3% од БДП.

Една од можните алтернативи во овој пристап е приспособување на дефицитниот лимит во согласност со економската состојба – на пример, да се постави дефицитен лимит како процент од потенцијалниот наместо фактичкиот БДП. Тоа ќе ги остави непроменети максималниот дозволив валутен фискален дефицит за земја во која е детерминиран пад на БДП под (или пораст над) непроменетата проценка на потенцијалниот БДП. Некои сметаат дека таквата модификација ќе биде подобрување во однос на фиксниот лимит како процент од БДП (иако ПСР веќе дозволува исклучоци за привремени растежи на дефицитите).

Клучна карактеристика на втората категорија на фискални правила - **потрошувачките правила** (или на кратко „трошковни правила“) е дека тие целат кон ограничување на политички наметнатите зголемувања во потрошувачката и намалувања на даноците, отколку директно да се фокусираат на дефицитот. Важно е да се нотира дека при конструирањето на термините „потрошувачки правила“ и „трошковни правила“ **не** треба да се запостават контролите на намалување на приходите во даночната политика. Во некои аспекти минатиот систем на САД бил најлабориран модел. Тој користел лимити деноминирани во долари за годишно одобрени трошења со употреба на “pay-as-you-go” рестрикции врз вкупното трошење одлучено со перманентни одобрувања (најчесто за програми со важни импликации врз автоматската стабилизација) и **даноци**. Во САД за да успее правилото треба покрај трошоците да се вклучат и приходите. Некои други примери на трошковни правила користат лимити на целокупното трошење или на поширока област на трошење од тоа на САД. Тоа е, секако, политички избор кој го приспособува правилото според постоечките услови во разни земји и институции.

Втора карактеристика на американската верзија на трошковно правило е неговата *ex ante* ефективност, наместо *ex post*. Со други зборови, трошковното правило ги ограничува политичките акции и нивните идни ефекти, наместо да бара акција за исправка на нивните буџетски резултати евидентирани во претходната фискална година. Затоа наметнувањето на трошковни лимити ги ограничува усвојувањата во законската постапка, а примената на правилото PAYGO ги ограничува проценетите идни ефекти од промените на даночната политика и во задолжителните трошковни програми. Системот во САД користел т.н. “across-the-board“ кретења на трошоците, со цел да ги поправи политичките вишоци, кратко по нивното донесување.



Американската варијанта на потрошувачко правило била озаконета во почетокот на фискалната 1991 година, со цел да го замени претходното правило засновано на дефицит. Тоа останало во сила, откако било двапати изгласано кон крајот на 1992 година, период кога и било суспендирано. Сепак, тоа неколку пати било отфрлено преку законот во последните три години од неговата примена, по понудената помош во надминувањето на буџетските дефицити и остварувањето на суфицити кон крајот на 90-тите².

Табела 1. Алтернативни фискални правила

	Дефицитно правило	Циклично приспособено дефицитно правило	Трошковно правило
Фискална одговорност:			
Експанзија	Охрабрува поголем дефицит	Охрабрува поголем дефицит	Бара заштеда на суфицитот
Рецесија	Може да има потреба од помал дефицит	Може да има потреба од помал дефицит	Дозволува раст на дефицитот
Макроекономска стабилизација:			
Експанзија	Проциклично	Проциклично правило, но помалку од неприспособено дефицитно правило	Контрациклично, преку автоматски стабилизатори
Рецесија	Проциклично	Проциклично, но помалку од неприспособено дефицитно правило	Контрациклично, преку автоматски стабилизатори
Административност	Потешка верификација	Потешка верификација	Поедноставна верификација
Кредителност	Поспорен статус	Поспорен статус	Потранспарентен статус
Јавни инвестиции	Можат да бидат заштитени	Можат да бидат заштитени	Можат да бидат подобро заштитени од дефицитните правила
Витални државни функции	Непостојано финансирање	Непостојано финансирање	Предвидливо финансирање
Монетарна политика	Потешка соработка	Потешка соработка	Поедноставна соработка

² Грешката на САД во следењето на сопственото правило не треба да се третира како својствен недостаток на ова правило, ништо повеќе од потребата да се обвини ПСР поради променливото однесување на поголемите земји-членки. Наместо тековната анализа да бара евалуација на алтернативните правила за нивните релативни вредности, разбирајќи дека “иако сите правила, вклучувајќи ги и оние пропишани со закон, се наменети да се применуваат стриктно и перманентно врз успешни влади, во практика тие се отворени за делумна интерпретација и откако ќе бидат сфатени можат да се ревидираат, суспендираат или укинат преку законска постапка“ (Korits and Symansky, 1998, p. 8)



Резиме

Овој труд го потенцира најрелевантниот фактор при водењето на фискалната политика од кој зависи општата макроекономска слика во државата, а тоа се фискалните правила. Очекувано е и разбирливо дека монетарната политика е немоќна самостојно да ја постигне оваа цел, а без притоа да се хармонизираат активностите со другата, исто така важна, фискална политика. Поаѓајќи од тој аспект се потенцира улогата на фискалните правила во одржувањето на фискалната одговорност, како и на економската стабилност. Меѓутоа, присуството на само еден битен критериум при формулирањето на правилото нема да ги даде очекуваните резултати, односно треба да се земат предвид мултидимензионалните цели на фискалните правила. Како пример кој се користи при проучувањето на фискалните правила се зема случајот на САД, односно познатото Gramm-Rudman правило, кое поставува бројни дефицитни ограничувања на буџетската активност, и секако актуелната фискална рамка на ЕУ - Пактот за стабилност и раст. Освен тоа, во текстот се потенцираат двете најрелевантни категории на фискални правила: дефицитните и потрошувачките правила. Меѓутоа, покрај нив се посветува внимание и на алтернативните фискални правила со одреден краток увид врз различните ефекти од нивната примена. Сепак, констатирам дека доколку фискалните правила не се конструирани на соодветен начин, не се во согласност со постоечките економски состојби во државата и не се почитуваат, тогаш резултатите ќе бидат со негативни импликации.

Користена литература

- Blinder, A. (1982), “Issues in the Coordination of Monetary and Fiscal Policy”, in Proceedings of a Conference on Monetary Policy Issues in the 1980s, Federal Reserve Bank of Kansas City, 9-10 August, Kansas City, Kansas, United States.
- Buti, M. and G. Giudice (2002), “Maastricht’s Fiscal Rules at Ten: An Assessment”, paper presented to the CEPR/CREI workshop, 20-21 May, Barcelona, Spain
- De Grauwe (2003), “Economics of monetary union”, Oxford university press
- European Commission (2006), “Survey on Fiscal Rules and Institutions: Summary of First Results”, 4 April, Brussels
- Kopits, G. and S. Symansky (1998), “Fiscal Policy Rules”, International Monetary Fund Occasional Paper, No. 162, IMF, Washington DC
- Munchau, W. (2004), “Europe needs a strategy, not looser fiscal rules”, Financial Times, 24 May, London
- Wyplosz, C. (2005a), “Fiscal Policy: Institutions Versus Rules”, National Institute Economic Review, No. 191



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

М-р Љупчо Давчев

ПРОЦЕНКА И МЕНАЦИРАЊЕ НА ДРЖАВЕН РИЗИК

Abstract

Various types of risks are faced by commercial and investment banks in their global operations. Credit risk in lending or investing in foreign entities, several types of risk associated with project financing, operational risk, risk in dealing foreign exchange, and funding risks related to balance sheet management and off-balance sheet exposures are a few examples. By definition, global banking activities cross the political frontiers of sovereign national states and give rise to yet another source of risk in international banking-country risk.

Key words: *diversification, risk factors, risk management, political analysis, external cooperation*

Апстракт

Комерцијалните и инвестициони банки се соочуваат со различни типови на ризици во нивните глобални операции. Кредитен ризик при позајмување или инвестирање во странски деловни ентитети, неколку типови на ризици кои се поврзани со проектираното финансирање, оперативни ризици, ризици поврзани со девизната размена, се само некои од многуте примери во оваа група. По дефиниција, активностите на глобалното банкарство ги надминуваат политичките граници на суверените национални држави и даваат простор за појава и развој на друг извор на ризик во меѓународното банкарство, а тоа е државниот ризик.

1. Вовед

Државен ризик претставува колекција на ризици кои се поврзани со инвестирање во друга држава. Секое вложување кое се врши преку границите на две или повеќе држави од страна на меѓународните комерцијални или инвестициски банки и нивните клиенти само по себе инволвира државен ризик, што е поврзано со можноста дека циркулацијата на идните плаќања од овие активности може да биде нарушена од економски и политички случувања.

Државниот ризик варира во согласност со државата во која се инвестира. Некои држави имаат доволно голем ризик за да влијае врз обемот на странски инвестиции. Државниот ризик може да ја редуцира очекуваната добивка од инвестицијата во друга држава и затоа мора да биде земен предвид кога се инвестира во друга држава.



2. Природа и суштина на државниот ризик

За да се сфати суштината на овој вид на ризик, најдобро е веднаш да се применат реални примери. Ако се претпостави дека банка од САД дава кредит во долари на компанија од Венецуела со задоволителна кредитоспособност, можно е кога ќе дојде периодот на исплаќање на кредитот, компанијата да не може да ги конвертира боливарите во долари, бидејќи боливиската влада наметнала контрола на размената како дел од генералната декларација за вонредна економска состојба. Ова е случај кога компанијата на која ѝ е даден кредитот е во можност да ги плаќа ратите утврдени според договор, но новонастанатите услови ефективно ја спречуваат во исполнувањето на договорот со странската банка. Овде кредит-ризиот не е проблем, туку трансфер-ризиот (специфична форма на државен ризик) се истакнува како причина за неисполнувањето на договорените плаќања од страна на компанијата од Венецуела.

Сличен би бил примерот кога јапонска осигурителна компанија купува 10-годишна евро-обврзница издадена од Владата на Виетнам, чија главна причина е вложување на парите во инфраструктурни градби. Во овој случај, оваа осигурителна компанија вложува со целосна верба во сигурната кредитоспособност на Владата, меѓутоа со можност дека оваа Влада може да дојде во состојба да не се придржува според договор и условите при продажбата на оваа обврзница, што всушност претставува суверенитетен ризик. Ова е друга форма на државен ризик.

Кредитиниот ризик, кој е поврзан со секој од корисниците на услуги од банките или инвеститорите, претставува несистематски ризик. Банката или инвеститорот може да го намали целосното ниво на ризик на кое е изложен(а) во дадена држава со внимателно формирање на диверсифицирано портфолио и да го донесе нивото на несистематскиот ризик блиску до нула. Но, бидејќи сите банкови и инвестициони вложувања или позајмувања во една држава се поврзани со економските и политичките случувања во таа држава, овие институции се неизбежно поврзани со форма на систематски ризик што всушност спаѓа во категоријата на државен ризик. Владата може да влијае на фискалната и монетарната политика, на девизната размена или која било друга политика и регулатива што го нарушува вложувачкиот процес во однос на корисниците на овие услуги со влијание на нивната профитабилност (национализација или експропријација, попречување во девизната размена...). Значи, систематскиот (во овој случај државниот) ризик ја лимитира можноста на банката или инвеститорот да го диверсифицира ризиот во процесот на менаџирање на своето портфолио во одредена држава.

Во гореспоменатите примери беа употребени два типа на државен ризик и тоа:



- трансферен ризик, којшто вклучува неможност на корисникот на услугите дадени од банката или инвеститорот да ја конвертира домашната валута во странска валута и
- суверенитетент ризик, кој ја вклучува неможноста за сервисирање на надворешните меѓународни облигации врз основа на кредитите и хартиите од вредност на владите, нивните агенции или други организации кои работат под владина контрола.

Ризикот кој се јавува при девизната размена не се зема предвид од страна на банката или инвеститорот во случај кога облигацијата е деноминирана во странска валута. Но, движењата во девизните курсеви во самата држава може да влијаат на кредитоспособноста на корисниците на овие вложувања и инвестиции, а факторите кои влијаат на девизните курсеви најчесто се поврзани со оние кои генерално влијаат на економските услови во државата.

Освен кредитите и вложувањата во хартии од вредност во други држави, банките и инвеститорите може да имаат специфични директни инвестиции во одредена земја. Ова може да биде во форма на поседување на дел од локална компанија, банкарски филијали, заеднички вложувања со друг домашен или странски партнер или други типови на поседувачки интереси, кои сами по себе подлежат на ризик кој го носи инвестирањето во форма на странски директни инвестиции (Foreign Direct Investment risk) и во многу нешта е различен од другите категории на државен ризик. Јасно е дека државата може да има звучно име во економските и политичките кругови, но сепак нејзината влада да одлучи да ги национализира сите странски вложувања во вид на директни инвестиции во определен сектор како дел од определена национална политика. Државниот ризик може да биде мал, но ризикот кој е поврзан со странските директни инвестиции може да биде многу голем под одредени услови. Во случаи кога владата дава голем приоритет на странските директни инвестиции во даден сектор, како што е на пример развојот на финасискиот или енергетскиот систем, спротивното од претходното тврдење може да биде случај.

Доколку банката или инвеститорот што имаат добро диверсифицирано портфолио во определена држава се под влијание на државниот ризик, тие секогаш имаат опција да диверсифицираат понатаму со своето портфолио и да вложуваат во различни земји. Со ова државниот ризик станува несистематски, кога тој се однесува на целосното портфолио, и ова од друга страна овозможува развивање на различни стратегии за диверсификација кои ќе се однесуваат на вложување во повеќе држави и натамошно намалување на ризиците при инвестирањето. Преку меѓународната портфолио диверсификација, банката или инвеститорот наједноставно опишано ги поставува своите јајца во кошнички кои



претставуваат различни земји, со надеж дека паѓањето на една кошница нема да влијае тоа да се случи и на другите кошници.

Овде се поставува прашањето дали иднината на земјите е независна една од друга. За наше добро или не, промените во цената на горивата, условите на меѓународните финансиски маркети, бизнис круговите, протекционизмот и глобалните или регионалните бизнис настани се покажаа дека имаат многу големо влијание на повеќе држави во исто време, најчесто во иста дирекција. Условите во бразилската економија може да бидат независни од економската ситуација во Јужна Кореја, но двете заедно можат заеднички да бидат афектирани од главните промени во глобалните каматни стапки или финансиската криза во Русија. Ризикот којшто е поврзан со промените кои се пренесуваат преку националните и политичките граници е наречен пренослив ризик, кој е систематски неизбежен ризик при финансиските одвивања на глобално ниво. Од практични причини, овој ризик дава лимит до каде меѓународната портфолио диверсификација може да успее во намалувањето на целосната изложеност на ризик за банките и инвеститорите. Единствен начин да се намали ризикот понатаму е да се купи осигурување од ризици или да се поседува злато или недвижнаина кои претставувале сигурна инвестиција кога целосната глобална изложеност на ризици била најголема. За жал, ниту една од двете не е целосно ослободена од преносливиот ризик, а и двете наведени алтернативи може многу скапо да ги чинат инвеститорите.

Досега се наведоа седум типови на ризици кои може да се сместат во три поголеми категории, каде секоја категорија треба да биде земена при менаџирање на меѓународно портфолио.

- Кредитниот ризик и ризикот кој се јавува при странските директни инвестиции кои се на најниско несистематско ниво, кои многу лесно можат во најголем процент да се надминат при диверсификацијата.
- Трансфер ризикот, суверенитетниот ризик и ризикот кој се јавува при девизните размени се само компоненти на државниот ризик, кој од систематски може да премине во несистематски ризик преку меѓународна портфолио диверсификација.
- Пренослив ризик, кој генерално е систематски и ги надминува националните граници и со тоа ефективно ја намалува редукцијата на ризик преку меѓународната портфолио диверсификација.

Низ историското минато се докажало дека проблемите поврзани со изложеноста на државен ризик се континуирано присутни. За време на деветнаесеттиот век повеќето од внатрешните задолжувања се базирале на издавање на државни обврзници. Поголем дел од овие средства биле користени во воени цели, со што губитниците во војните завршувале како држави кои не можат да ги исполнат своите финансиски обврски во и



надвор од државата. Во овој век особено е присутна политичката пресија која се одвива од страна на домашните влади при употребата на средствата добиени од државните обврзници. Најчесто нерационалното и погрешно менаџирање со овие средства ја доведува државата во состојба да не ги исполни облигациите кон домашните и странски инвеститори. Изложеноста на државен ризик се појавува и во текот на наредните векови, па по денес. Она што може да се изведе како заклучок е дека проблемите со државниот ризик не се невообичаени, ниту пак неповрзани помеѓу државите. Ова покажува дека внимателно пристапување кон инвестиции во нови држави и внимателно подготвено портфолио што ќе има некаква диверсификација на државниот ризик се опции кои треба секогаш да бидат разгледани од банките и инвеститорите.

3. Фактори кои влијаат на државниот ризик

Државниот ризик со кој се соочуваат интернационалните банки и инвеститори се базира на предвидување на идните збиднувања во државите во кои имаат вложено свои средства. Ова предвидување претставува исклучиво комплексна задача каде е потребна конструкција на социјални, политички, психолошки, историски и економски делови кои го формираат ризикот, а кои може да се појават од структуралните економски елементи, макроекономските и монетарните елементи, и екстерниот економски и политички развој, сето ова заедно со квалитетот на националниот економски менаџерски тим и домашните политички предрасуди со кои се соочуваат луѓето кои ги донесуваат битните одлуки во една држава.

Поедноставното решавање на проблемот може да почне од поставувањето на равенката:

$$Y+M=A+X$$

што всушност претставува реален проток на производи и услуги во една економија, каде Y е производството, M е увозот, A е домашната апсорпција (потрошувачката, инвестициите и трошењето во јавниот сектор) и X е извозот. Јасно е дека при промена на понудата кај Y , а притоа непроменета побарувачка, бара промена на увозот или извозот. На пример, редуцираните производствени способности на национално ниво би значеле зголемување на увозот. На сличен начин, промена на побарувачката како зголемена владина потрошувачка би повлекло енормно зголемен увоз или дивертирање на извозно ориентираното производство за задоволување на домашните потреби. Монетарните варијабли исто така може да влијаат на целокупната слика. Растот на домашниот дотур на пари ќе го зголемува A во однос на Y и или ќе се зголемува M или намалува X , или и двете заедно.



За да се донесе паричната страна поексплицитно, може да се постави едноставна равенка за да се објаснат меѓународните финансиски движења:

$$VX-VM-DS+FDI+U-K=DR-NBR$$

Овде, VX и VM ја претставуваат паричната вредност на извозот и увозот, DS го претставува плаќањето на странските долгови, FDI е нето-протоколот на грантови во приватниот и јавниот сектор, U ја претставува помошта дојдена од надвор, K ги претставува нето-капиталните движења преземени од населението во државата, DR е промената во поседуваните меѓународни резерви на државата во прашање и NBR ја претставува потребата (условите) за позајмување. Негативен баланс на левата страна од равенката би значел дека државата мора да ги зголеми странските позајмувања или да употреби од своите меѓународни резерви. Зголемувањето на странските позајмувања доведува до зголемување на DS во некој од идните периоди.

Соединувајќи ги двете равенки заедно го добиваме типичното сценарио за една држава. На пример, да се земе влада во чие време доаѓа до политички притисок да ја зголеми потрошувачката за домашни социјални причини. Тоа го прави преку фискалниот дефицит, што се финансира преку издавање на државни обврзници. Повеќето од овие обврзници може да завршат во портфолиото на централната банка, што за возврат, плаќа за нив преку зголемување на понудата и дотурот на пари, што всушност претставува монетизација на долгот. Ова става дополнителен притисок за генерално зголемување на нивото на цените во економијата, и притисок за намалување на очекуваните реални камати, резултат кој владата не сака да го види, каде рефлексива ќе биде депресијација или девалвирање на валутата. Целиот процес може да се покаже преку зголемување на A од една страна, но и зголемување на M и/или намалување на X во првата равенка. Овие финансиски движења во втората равенка може да се претстават преку нето редуцирање на трговскиот баланс (VX-VM), каде од спротивната страна има редуција и намалување на DR.

Многу вакви сценарија може да бидат разработени, фокусирајќи се на различни внатрешни и надворешни шокови кои доведуваат до зголемување на странските задолжувања кои ако се многу големи може да доведат до потешкотии при враќање на долговите и економски загуби за банките и инвеститорите. Овде проблемот е да се евалуира ефектот на овие сценарија на различните варијабилности како што тие се развиваат со времето, а посебно DS и NBR. Ваквата анализа во согласност со политичките сценарија ја даваат основата за изложеноста на државен ризик во определен случај. Во однос на комплексноста на проблемот,



оние со добро познавање на различни полиња, како економија, политички науки, социологија или психологија, можат да дадат добра анализа за изложеноста на државен ризик.

4. Надворешен економски аспект

Бидејќи можноста за девизна размена е значајна за проекција на можностите за враќање на долговите, анализата на државата мора да вклучува надворешни фактори кои имаат големо влијание на надворешните финансии. На извозната страна се бара евалуација на краткорочните и долгорочните нестабилности. Зголемена производна и маркет диверсификација може да биде знак за голема извозна стабилност, или протекционистички трендови за поглавните пазари во земјата. Зголемување на извозот во однос на бруто домашен производ може да отсликува промена во можноста за менаџирање на долговите и анализа на еластичноста на понудата и побарувачката за главните производи во извозот можат да индицираат можни извори на идна нестабилност во исполнувањето на извозните порачки. Регулативите за извоз наложени од страна на државните влади, заедно со политиките за девизна размена се исто така многу значајни. Во глобала, еден инвеститор е заинтересиран во среќавање на извозот на една држава со меѓународната конкуритивна предност, диверсификација на ризикот при извоз и домашните и странски политики кои можат да влијаат на загрозување на идните извозни добивки.

На увозната страна, фокусот исто треба да биде ставен на долгорочните и краткорочните нестабилности и трендови. На пример, односот на увозот со бруто национален производ ни дава многу мали, но сепак доволно корисни информации кои можат да се извлечат дури и при најмали промени во овој однос. Овде, исто како и во случајот со извозот, покрај сите други можности на владата, целосната анализа треба да ги вклучува и политиките на владата и донесените закони во однос на увозот.

Значењето на странските директни инвестиции врз понудата на целосната национална економија е големо, најмногу во однос на трансферот на технологија и знаење, развојот на човечки ресурси, активности во менаџментот и претприемаштвото, можности за нови пазари и добавувачи и многу други предности. Секоја странска инвестиција како проект е помалку или повеќе уникатна во платниот биланс на земјата, како во однос на обемот, така и во однос на времето. Законите и политиките кои имаат влијание на странските директни инвестиции (давачки, ослободувања од даноци на добивка, приватизација, национализација, експропријација...) можат да ја сменат улогата која оваа инвестиција ја имала и нејзиното влијание, што од друга страна ја отсликува земјата



и ја оформува перцепцијата која ја имаат меѓународните „играчи“ на светските финансиски пазари. Мултинационалните компании се многу сензитивни на промените во државните политики и донесените закони. Бидејќи овие промени можат да предизвикаат промени во целосниот рејтинг на државата, препорачливо е да се случуваат благи промени, доколку за такви има клима.

5. Политички аспект

Освен домашните структурни и монетарни варијабли и надворешни фактори, анализата на државен ризик секогаш бара политичка обработка и прогноза. Мала промена во структурата на карактерите кои се дел од националниот економски менаџерски тим може да предизвика огромни промени во текот на процесот. Овде се поставува прашањето дали технократите имаат целосен политички мандат да го прават она што е потребно, гледано при сервисирањето на долговите и дали всушност владата е посебен вид на компанија (економски гледано) која има политичка волја да ги преземе потребните, а некогаш непопуларни мерки. Потребата за предвидување и евалуација на идните политички збиднувања никогаш не може да се надмине и целосно да се анализира. Банките кои се лидери во поглед на секаква анализа обрнуваат големо внимание во однос на оваа посебна димензија на државниот ризик. Ова бара целосно различен пристап и сосема подруг пристап до информации, што не може воопшто да се спореди со каква било друга механичка анализа на некоја компонента на каков било ризик.

Од клучно значење е степенот до кој подготвувачите на законите и креаторите на државната политика се подложни на надворешни влијанија и препораки. Политичарите знаат дека сè што треба да биде направено како промена ќе има своја политичка цена. Кога препораките се примени и добро сфатени, државата може да најде пат по кој ќе излезе од настанатата проблематична ситуација пред таа да стане критична, без разлика на политичката цена која на крајот ќе треба да се плати. Понекогаш владата зема странски експерти за помош при формулирање на звучни економски планови, како и за зголемување на имиџот пред меѓународните финансиски пазари и вжештување на домашната атмосфера.

Политичкото предвидување претставува уметност во која и покрај основната улога за предвидување на кредитоспособноста на една држава и промената на условите за работа, сепак е далеку од каква било перфекција и голема точност. Индикациите за политичката ситуација во државата, а кои се развиваат од политичките научници, кажуваат малку за настаните кои би се случиле во иднина како и за настаните кои се случиле во поблиското минато. Можните софистицирани проекти за можен извор



на внатрешни или надворешни конфликти колку и да се потребни и итни, оставаат на самиот употребувач на тие извори да процени дали биле вистина.

Оваа анализа е процес кој бара внимателна посветеност и вреднување на внатрешните економски и финансиски елементи, надворешната трговија, монетарната политика и ефектот на нив врз надворешниот долг и резерви, сето ова во склоп и политички контекст што сам по себе е многу комплексен и тежок за расудување. Скоро секој елемент е поврзан со сите и влијае на нив, а главната цел е да се предвиди националната политичко-економска иднина со специфичен осврт кон можноста и желбата за непречено плаќање на надворешниот долг.

6. Заклучоци

Доколку анализата и отценувањето на една држава само по себе претставува тешка задача, изработка на портфолио делумно заштитено од меѓународните ризици, што на некој начин мора да е ефикасно, е уште покомплицирана задача. Ниту ризикот, ниту повратокот се јасно дефинирани, а дури и мерењето на ризиците е многу тешко. Примената на портфолио теориите може многу да придонесе во пресметувањето на целосниот ризик. Апликацијата на овие теории исто така помага и при воспоставувањето на линк помеѓу ризикот и цената на меѓународните кредити и обврзници.

Низ историското минато се докажало дека проблемите поврзани со изложеноста на државен ризик се континуирано присутни. Ова покажува дека внимателно пристапување кон инвестиции во нови држави и внимателно подготвено портфолио што ќе има некаква диверсификација на државниот ризик се опции кои треба секогаш да бидат разгледани од банките и инвеститорите.



Користена литература

- Begg D. et al. (2003) Economics. McGraw – Hill Education, Berkshire. p. 366-383
- Burton, Maureen and Lombra, Ray. The Financial System and the Economy: Principles of Money and Banking. 4th Edition. Thomson South – Western, 2005
- Franz P, Geringer M, Ball D, Minor M. International Business. New York: McGraw-Hill/Irwin; 2006
- Goddard, J., Molyneux, P. and Wilson, J. (2004) “The Profitability of European Banks: A Cross-Sectional and Dynamic Panel Analysis”, The Manchester School, 72 (3): 363-381
- Hinde K, Sloman J. Economics for Business. London: Pearson Education Limited; 2007
- Jeffrey et al (1993) Macroeconomics and Global Economy. 2nd edition, Prentice Hall
- Maudos, J., Pastor, J., Perez, F. and Quesada J. (2002) “Cost and Profit efficiency in European banks”, Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 12 (1):33-58
- Mayer, T. and Minford, P. (2004) Monetarism, World Economics, 5 (2), p. 147-184
- Schuller B. (2006) The Economy Today. McGraw – Hill. p. 133-150

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Т. Јованов¹, Т. Мицески², К. Чабулева³

КОРЕЛАЦИСКА ЗАВИСНОСТ МЕЃУ ПРИРОДНИОТ ПРИРАСТ НА НАСЕЛЕНИЕТО И ЖИВОРОДЕНИ ДЕЦА И ПОЧИНАТИ ЛИЦА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Abstrast

According to statistical data in Macedonia, in the past few years we are confronting a problem such as the attenuation in natural growth, stagnation of natural birth rate, increased mortality rate and a tendency of rapid growth of the population. Young people, which are the main pillars of the natural growth of the population, are emigrating to other countries all over the world. The most common reasons for the stagnation of the natural birth rate and the negative tendency in the natural growth of the population are the poor economy development, the tradition of having one or two children, the level of education and the migration of people. These are the factors that impact the decision of young people to seed. The working population is in search of better future and in some parts of Macedonia people want to preserve their property in one piece, in others – just the opposite, they are with a tendency of having more children. The statistics says that young people with high education mostly remain with only one or two children, while those with low education, usually have more children...

Вовед

Раѓањето (наталитетот) претставува позитивна компонента во движењето на населението и тоа влијае на зголемувањето на населението, додека смртта е негативна компонента којашто влијае на намалување на бројот на населението на определена земја.

Наталитетот на населението ги опфаќа сите случаи на раѓање на деца, без оглед дали се живородени или мртвородени, бидејќи само живородените деца претставуваат елемент за репродукција на населението, тогаш е потребно да се повлече точна граница меѓу живо и мртвородените.

Основен и најважен природен прираст кој настанува во една популација е раѓањето (наталитетот). Под раѓање се подразбира доаѓање на свет на плод - дете, 28 недели по зачнувањето.

¹ Тамара Јованов, волонтер-асистент на Економски факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип

² Проф. д-р Трајче Мицески, редовен професор на Економски факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип

³ М-р Костадинка Чабулева, асистент на Економски факултет при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип



Под раѓање на живо дете се подразбира исфрлање или вадење на плодот од телото на мајката (без оглед на траењето на бременоста), кој по одделувањето од мајката дише или покажува знаци на живот (на кој било друг начин), како што се чукање на срцето, пулсации на папочната врвца или јасно видливи движења на волевите мускули, без оглед на тоа дали папочната врвца била пресечена или не и дали плацентата била повредена или не⁴.

Наталитетот претставува една сложена појава.

Висината на наталитетот е условена од многубројни фактори, како што се: биолошките, економско-социјалните и психолошките.

Делувањето на овие фактори може да биде посредно и непосредно, односно долгорочно и краткорочно. Интензитетот на делувањето на овие фактори не е секогаш ист, туку се менува, согласно со времето на живеење.

Иако не постојат определени законитости во делувањето на овие фактори се забележува дека влијанието на биолошките фактори се позначајни кај помалку развиените земји.

Исто така, се забележува дека помалку развиените земји имаат поголема стапка на наталитет од развиените земји.

1. Корелациска зависност меѓу природниот прираст на населението и живородени деца во Р. Македонија

Без разлика што основните фактори кои го чинат природниот прираст на населението се бројот на живородените деца и вкупно умрените лица во еден период (обично календарска година), сепак преку коефициентот на корелација утврден по пат на методот на најмали квадрати и коваријанса, одделно, ќе го утврдиме интензитетот на зависноста.

1.1. Проста линеарна регресија и корелација – Метод на најмали квадрати

Во табела 1 ќе го прикажеме природниот прираст на населението во Р. Македонија во периодот 1979-2006 год.

⁴ Оровчанец Н., главен уредник и др., Биостатистика, Медицински факултет, Скопје, 2006 година, стр.248



Табела 1 – Природен прираст на населението во Р. Македонија⁵

Година	Живородени	Умрени лица	Природен прираст
1979	39407	12653	26754
1980	39784	13542	26242
1981	39488	13383	26105
1982	39789	13510	26279
1983	39210	14391	24819
1984	38861	14066	24795
1985	38722	14408	24314
1986	38234	14438	23796
1987	38572	14644	23928
1988	37879	14565	23314
1989	35927	14592	21335
1990	35401	14643	20758
1991	34830	14789	20041
1992	33238	16022	17216
1993	32374	15591	16783
1994	33487	15771	17716
1995	32154	16338	15816
1996	31403	16063	15340
1997	29478	16596	12882
1998	29244	16870	12374
1999	27309	16789	10520
2000	29308	17253	12055
2001	27010	16919	10091
2002	27761	17962	9799
2003	27011	18006	9005
2004	23361	17944	5417
2005	22482	18406	4076
2006	22585	18630	3955
2007	22688	19594	3094

Од табела 1 се гледа дека природниот прираст на населението во Р. Македонија во периодот 1979-2006 година постојано опаѓа.

За да ја пресметаме корелативната зависност меѓу природниот прираст на населението и живородени деца во Р. Македонија, во одредениот период кој е даден во табелата, најпрвин ќе ја пресметаме линијата на регресија преку системот на две нормални равенки:

$$y_c = a + bx$$

$$\sum_{i=1}^n y_i = an + b \cdot \sum_{i=1}^n x_i$$

$$\sum_{i=1}^n x_i y_i = a \cdot \sum_{i=1}^n x_i + b \cdot \sum_{i=1}^n x_i^2$$

⁵Статистички годишник на Р. Македонија, 2008 г., стр. 66



За таа цел ја дополнуваме табелата со потребниот број на колони за пресметка

Табела 2 - Преглед на ефективна стапка на наталитет во Р.Македонија⁶

n	y	x	xy	x ²	yc	y-yc	(y-yc) ²	y- \bar{y}	(y- \bar{y}) ²
	26754	39407	1054294878	1552911649	25600,70042	1153,299582	1330099,926	9905,068966	98110391,21
2	26242	39784	1044011728	1582766656	26089,36315	152,6368513	23298,00838	9393,068966	88229744,59
3	26105	39488	1030834240	1559302144	25705,69161	399,3083853	159447,1866	9256,068966	85674812,69
4	26279	39789	1045615131	1583164521	26095,84409	183,1559132	33546,08855	9430,068966	88926200,69
5	24819	39210	973152990	1537424100	25345,35146	-526,3514578	277045,8571	7970,068966	63521999,32
6	24795	38861	963558495	1510177321	24892,98198	-97,98198016	9600,468437	7946,068966	63140012
7	24314	38722	941486708	1499393284	24712,8119	-398,8119017	159050,9329	7465,068966	55727254,66
8	23796	38234	909816264	1461838756	24080,27235	-284,2723456	80810,76649	6947,068966	48261767,21
9	23928	38572	922950816	1487799184	24518,38376	-590,3837595	348552,9834	7079,068966	50113217,42
10	23314	37879	883111006	1434818641	23620,12574	-306,1257424	93712,97013	6465,068966	41797116,73
11	21335	35927	766502545	1290749329	21089,96752	245,0324819	60040,91718	4486,068966	20124814,76
12	20758	35401	734853958	1253230801	20408,17283	349,8271673	122379,047	3909,068966	15280820,18
13	20041	34830	698028030	1213128900	19668,0497	372,9502954	139091,9228	3192,068966	10189304,28
14	17216	33238	572225408	1104764644	17604,51902	-388,5190217	150947,0302	367,0689655	134739,6254
15	16783	32374	543332842	1048075876	16484,61292	298,3870775	89034,84805	-65,93103448	4346,901308
16	17716	33487	593255692	1121379169	17927,26974	-211,2697378	44634,90211	867,0689655	751808,591
17	15816	32154	508547664	103387-9716	16199,45165	-383,4516472	147035,1657	-1032,931034	1066946,522
18	15340	31403	481722020	986148409	15226,01475	113,9852516	12992,63758	-1508,931034	2276872,867
19	12882	29478	379735596	868952484	12730,85359	151,1464102	22845,23733	-3966,931034	15736541,83
20	12374	29244	361865256	855211536	12427,54569	-53,54568789	2867,140691	-4474,931034	20025007,76
21	10520	27309	287290680	745781481	9919,422653	600,5773469	360693,1496	-6328,931034	40055368,04
22	12055	29308	353307940	858958864	12510,5017	-455,5016952	207481,7944	-4793,931034	22981774,76
23	10091	27010	272557910	729540100	9531,862556	559,1374438	312634,681	-6757,931034	45669631,87
24	9799	27761	272030039	770673121	10505,29946	-706,299455	498858,9202	-7049,931034	49701527,59
25	9005	27011	243234055	729594121	9533,158744	-528,1587439	278951,6587	-7843,931034	61527254,07
26	5417	23361	126546537	545736321	4802,07395	614,9260504	378134,0475	-11431,93103	130689047,2
27	4076	22482	91636632	505440324	3662,725036	413,2749639	170796,1958	-12772,93103	163147767,2
28	3955	22585	89323675	510082225	3796,23236	158,7676396	25207,16338	-12893,93103	166253457,5
29	3094	22688	70196672	514745344	3929,739685	-835,7396847	698460,8207	-13754,93103	189198127,8
n	Σy	Σx	Σxy	Σx^2	Σy^2	$\Sigma y-yc$	$\Sigma (y-yc)^2$	$\Sigma (y-\bar{y})$	$\Sigma (y-\bar{y})^2$
29	488619	946997	17215025407	31895669021	488619	0	6238252,468	0	1638317676

Со решавање на системот на равенки се пресметуваат параметрите а и b, при што:

$$a = -25478,16$$

$$b = 1,3$$

Оттаму:

$$y_c = a + bx$$

$$y_c = -25478,16 + 1,3 \cdot x$$

⁶ Статистички годишник на Р. Македонија, 2008 г., стр. 66

Со замена на x за секоја негова вредност се добиваат вредностите на прочистените јавувања (y_c), прикажани во табелата на пресметки која е дадена.

А пак, просечната вредност на y е:

$$\bar{y} = \frac{\sum y}{n} = \frac{488619}{29} = 16848,93$$

Стандардната грешка на регресија, која всушност го изразува отстапувањето на емпириските податоци од линијата на регресијата (регресиона линија), користејќи ги пресметаните вредности во горната табела се пресметува по формулата:

$$S_y = \sqrt{\frac{(y_i - y_c)^2}{n}} = \sqrt{\frac{6238252,468}{29}} = 463,80$$

Стандардната девијација на функцијата, како показател на варијабилитетот на статистичките серии, всушност ги покажува просечните отстапувања на апсолутните јавувања од појавата y и просекот на појавата \bar{y} .

$$\sigma_y = \sqrt{\frac{(y - \bar{y})^2}{n}} = \sqrt{\frac{1638317676}{29}} = 7516,23$$

Вредностите на стандардната грешка на регресијата и стандардната девијација на функцијата се значајни за добивање на вредноста на *коэффициентот на корелација (R)*.

$$R = \sqrt{1 - \frac{S_y^2}{\sigma_y^2}} = \sqrt{1 - \frac{463,80^2}{7516,23^2}} = 0,998$$

Значи, коэффициентот на корелацијата што ја пресметува зависноста меѓу живородени деца и природниот прираст во Р. Македонија изнесува 0,998 и тоа докажува дека меѓу анализираните (набљудуваните) појави постои многу јака, позитивна, корелативна линеарна врска, односно скоро функционална зависност.

Додека пак, *коэффициент на детерминација (R)* изнесува:

$$D = R^2 \cdot 100 = 1^2 \cdot 100 = 99,62\%$$

Коефициентот на детерминација покажува дека 99% од вкупниот варијабилитет на зависно променливата y (природниот прираст) е објаснет т.е. детерминиран со варијабилитетот на независно променливата x (бројот на живородени деца).



За разлика од коефициентот на корелација кој ја пресметуваше зависноста меѓу наталитетот и живородените деца, коефициентот за акорелација ја пресметува лабилноста меѓу наталитетот и живородени деца.

$$K = \sqrt{\frac{S_y^2}{\sigma_y^2}} = \sqrt{\frac{215112,15}{56493712,96}} = 0,06 = 6\%$$

1.2. Метод на коваријанса

До потполно исти резултати се доаѓа и преку Методот на коваријанса:

$$R = \frac{C_{xy}}{\sigma_x \cdot \sigma_y} \quad \text{или} \quad R = \frac{\frac{\sum xy}{n} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\sqrt{\frac{\sum x^2}{n} - \bar{x}^2} \cdot \sqrt{\frac{\sum y^2}{n} - \bar{y}^2}}$$

За полесна пресметка на овој коефициент на корелација формираме табела (табела 3) со потребен број на колони и редови.

Табела 3 – Пресметковни операции за утврдување на коефициентот на корелација меѓу природниот прираст на населението и живородени деца во Р. Македонија

n	y	x	xy	y ²	x ²
1	26754	39407	1054294878	715776516	1552911649
2	26242	39784	1044011728	688642564	1582766656
3	26105	39488	1030834240	681471025	1559302144
4	26279	39789	1045615131	690585841	1583164521
5	24819	39210	973152990	615982761	1537424100
6	24795	38861	963558495	614792025	1510177321
7	24314	38722	941486708	591170596	1499393284
8	23796	38234	909816264	566249616	1461838756
9	23928	38572	922950816	572549184	1487799184
10	23314	37879	883111006	543542596	1434818641
11	21335	35927	766502545	455182225	1290749329
12	20758	35401	734853958	430894564	1253230801
13	20041	34830	698028030	401641681	1213128900
14	17216	33238	572225408	296390656	1104764644
15	16783	32374	543332842	281669089	1048075876
16	17716	33487	593255692	313856656	1121379169
17	15816	32154	508547664	250145856	1033879716
18	15340	31403	481722020	235315600	986148409
19	12882	29478	379735596	165945924	868952484
20	12374	29244	361865256	153115876	855211536
21	10520	27309	287290680	110670400	745781481



22	12055	29308	353307940	145323025	858958864
23	10091	27010	272557910	101828281	729540100
24	9799	27761	272030039	96020401	770673121
25	9005	27011	243234055	81090025	729594121
26	5417	23361	126546537	29343889	545736321
27	4076	22482	91636632	16613776	505440324
28	3955	22585	89323675	15642025	510082225
29	3094	22688	70196672	9572836	514745344
	488619	946997	17215025407	9871025509	31895669021
n	$\sum y$	$\sum x$	$\sum xy$	$\sum y^2$	$\sum x^2$

При што:

$$\bar{y} = \frac{\sum y}{n} = \frac{488619}{29} = 16848,93$$

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} = \frac{946997}{29} = 32655,07$$

Стандардна девијација на серијата X

$$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum x^2}{n} - \bar{x}^2} = \sqrt{\frac{31895669021}{29} - 106635329,14} = 5787,67$$

Стандардна девијација на серијата Y

$$\sigma_y = \sqrt{\frac{\sum y^2}{n} - \bar{y}^2} = \sqrt{\frac{9871025509}{29} - 283886477} = 7516,23$$

Коваријанса:

$$C_{xy} = \frac{\sum xy}{n} - \bar{x} \cdot \bar{y} = \frac{17215025407}{29} - 32655,07 \cdot 16848,93 = 43418561$$

Согласно со претходните вредности ќе се пресмета коефициентот на корелација:

$$R = \frac{C_{xy}}{\sigma_x \sigma_y} = \frac{43418561}{5787,67 \cdot 7516,23} = 0,998$$

Значи по овој метод добивме потполно идентичен коефициентот на корелација 0,998 што покажува дека меѓу анализираните (набљудуваните) појави постои директна (позитивна) многу висока (скоро функционална) корелативна врска.

Исто така и коефициентот на детерминација е потполно ист, т.е.

$$D = R^2 \cdot 100 = 0,998^2 \cdot 100 = 99,6\%$$



2. Корелациона зависност меѓу природниот прираст и вкупно починати лица во Р. Македонија

На истиот начин се пресметува корелационата зависност меѓу природниот прираст и вкупно починати лица во Р. Македонија.

Табела 4 – Пресметка на корелационата зависност меѓу природниот прираст и вкупно починати лица во Р. Македонија

n	y	x	xy	x ²	yc	y-yc	(y-yc) ²	y-ȳ	(y-ȳ) ²
1	26754	39407	1054294878	1552911649	25600,70042	1153,299582	1330099,926	9905,068966	98110391,21
2	26242	39784	1044011728	1582766656	26089,36315	152,6368513	23298,00838	9393,068966	88229744,59
3	26105	39488	1030834240	1559302144	25705,69161	399,3083853	159447,1866	9256,068966	85674812,69
4	26279	39789	1045615131	1583164521	26095,84409	183,1559132	33546,08855	9430,068966	88926200,69
5	24819	39210	973152990	1537424100	25345,35146	-526,3514578	277045,8571	7970,068966	63521999,32
6	24795	38861	963558495	1510177321	24892,98198	-97,98198016	9600,468437	7946,068966	63140012
7	24314	38722	941486708	1499393284	24712,8119	-398,8119017	159050,9329	7465,068966	55727254,66
8	23796	38234	909816264	1461838756	24080,27235	-284,2723456	80810,76649	6947,068966	48261767,21
9	23928	38572	922950816	1487799184	24518,38376	-590,3837595	348552,9834	7079,068966	50113217,42
10	23314	37879	883111006	1434818641	23620,12574	-306,1257424	93712,97013	6465,068966	41797116,73
11	21335	35927	766502545	1290749329	21089,96752	245,0324819	60040,91718	4486,068966	20124814,76
12	20758	35401	734853958	1253230801	20408,17283	349,8271673	122379,047	3909,068966	15280820,18
13	20041	34830	698028030	1213128900	19668,0497	372,9502954	139091,9228	3192,068966	10189304,28
14	17216	33238	572225408	1104764644	17604,51902	-388,5190217	150947,0302	367,0689655	134739,6254
15	16783	32374	543332842	1048075876	16484,61292	298,3870775	89034,84805	-65,93103448	4346,901308
16	17716	33487	593255692	1121379169	17927,26974	-211,2697378	44634,90211	867,0689655	751808,591
17	15816	32154	508547664	103387-9716	16199,45165	-383,4516472	147035,1657	-1032,931034	1066946,522
18	15340	31403	481722020	986148409	15226,01475	113,9852516	12992,63758	-1508,931034	2276872,867
19	12882	29478	379735596	868952484	12730,85359	151,1464102	22845,23733	-3966,931034	15736541,83
20	12374	29244	361865256	855211536	12427,54569	-53,54568789	2867,140691	-4474,931034	20025007,76
21	10520	27309	287290680	745781481	9919,422653	600,5773469	360693,1496	-6328,931034	40055368,04
22	12055	29308	353307940	858958864	12510,5017	-455,5016952	207481,7944	-4793,931034	22981774,76
23	10091	27010	272557910	729540100	9531,862556	559,1374438	312634,681	-6757,931034	45669631,87
24	9799	27761	272030039	770673121	10505,29946	-706,299455	498858,9202	-7049,931034	49701527,59
25	9005	27011	243234055	729594121	9533,158744	-528,1587439	278951,6587	-7843,931034	61527254,07
26	5417	23361	126546537	545736321	4802,07395	614,9260504	378134,0475	-11431,93103	130689047,2
27	4076	22482	91636632	505440324	3662,725036	413,2749639	170796,1958	-12772,93103	163147767,2
28	3955	22585	89323675	510082225	3796,23236	158,7676396	25207,16338	-12893,93103	166253457,5
29	3094	22688	70196672	514745344	3929,739685	-835,7396847	698460,8207	-13754,93103	189198127,8
n	Σy	Σx	Σxy	Σx ²	Σy ²	Σy-yc	Σ(y-yc) ²	Σ(y-ȳ)	Σ(y-ȳ) ²
29	488619	458378	7343999898	7336643716	488619		66259421,53		1638317676

$$y_c = a + bx$$

$$\sum_{i=1}^n xy = a \sum_{i=1}^n x_i + b \sum_{i=1}^n x_i^2$$

$$\sum_{i=1}^n y_i = an + b \sum_{i=1}^n x_i$$



Со решавање на системот на равенки се пресметуваат параметрите a и b , при што:

$$b = -4,15$$

$$a = 82380,36$$

Параметарот a го покажува отсечокот на y - оката во дијаграмот на растурање, додека пак, параметарот b ја оценува вредноста на нагибот и е познат како коефициент на нагибот и тој всушност ја покажува насоката на врската помеѓу појавите, дека таа е инверзна (негативна).

Оттаму:

$$y_c = a + bx$$

$$y_c = 82380,36 - 4,15 \cdot x$$

Со замена на x за секоја негова вредност се добиваат вредностите на y_c прикажани во табелата на пресметки, која е дадена.

Стандардната грешка на регресијата изнесува:

$$S_y = \sqrt{\frac{\sum (y_i - y_c)^2}{n}} = \sqrt{\frac{66259422}{29}} = 1511,56$$

Стандардната девијација на функцијата, како показател на варијабилитетот на статистичките серии, всушност ги покажува просечните отстапувања на апсолутните јавувања од појавата и просекот на појавата \bar{y} .

$$\bar{y} = \frac{\sum y}{n} = \frac{488619}{29} = 16848,93$$

$$\sigma_y = \sqrt{\frac{\sum (y - \bar{y})^2}{n}} = \sqrt{\frac{1638317676}{29}} = 7516,23$$

Оттаму, коефициентот на корелација изнесува:

$$R = \sqrt{1 - \frac{S_y^2}{\sigma_y^2}} = \sqrt{1 - \frac{1511,56^2}{7516,23^2}} = 0,98$$

а, коефициентот на детерминација е:

$$D = R^2 \cdot 100 = 0,98^2 \cdot 100 = 0,96\%$$

За разлика од коефициентот на корелација кој ја пресметуваше зависноста меѓу наталитетот и вкупно умрени, коефициентот за акорелација ја пресметува лабилноста меѓу наталитетот и вкупно умрени.

$$K = \sqrt{\frac{S_y^2}{\sigma_y^2}} = \sqrt{\frac{1511,56^2}{7516,23^2}} = \sqrt{0,0404} = 0,20 = 20\%$$

До исти податоци се доаѓа и преку методата на коваријанса.



3. Заклучок

Секојдневно сме сведоци на разните дебати и дискусии на актуелната тема за намалувањето на природниот прираст на населението во нашата држава. Оттаму произлегува и значајноста на континуирано следење на факторите кои имаат влијание врз ваквиот негативен тренд на оваа појава. Испитувањето на влијанието и степенот на зависност меѓу многуте фактори се врши со помош на корелациска анализа. Целта на корелацијата (корелациската анализа) е да испита дали помеѓу варијациите на појавите постои квантитативно сложување (корелациска врска) и колкав е интензитетот на таа врска.

Испитувањето на зависноста меѓу живородените деца од една страна и бројот на вкупно починатите лица од друга страна, како и нивната поврзаност со природниот прираст на населението во Р. Македонија во периодот од 1979 до 2007 година во Р. Македонија, покажува дека постои висока директна (позитивна) праволиниска корелациска врска, односно се покажува дека 99,61% од вкупниот варијабилитет на природниот прираст е детерминирано (објаснето) со варијабилитетот на бројот на живородените деца, а останатите 0,39% се влијание на други непредвидени фактори.

А пак испитувањето на поврзаноста на природниот прираст и бројот на вкупно починатите лица иако покажува дека постои висока (јака) инверзна (негативна) праволиниска корелациска врска, односно дека 96% од вкупниот варијабилитет на природниот наталитет е објаснет со варијабилитетот на бројот на вкупно починатите лица, а остатокот од 4% е влијание на останати непредвидени фактори, сепак тој е малку послаб од корелацијата меѓу живородените деца и природниот прираст на населението.

Значи, може да се забележи дека раѓањето (наталитетот) претставува позитивна компонента во движењето на населението и тоа влијае на зголемувањето на населението, додека смртта е негативна компонента којашто влијае на намалувањето на бројот на населението во определена земја. Треба да се има предвид дека со зголемувањето на бројот на живородени деца, секако би имало и голем позитивен импакт на целокупната општествена состојба во нашата држава.



Користена литература

Мицески Т., Миладинов Г., Практикум по статистика, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, 2008 г.

Попоска В., Попоски Г., Статистика, Универзитетска библиотека „Св. Климент Охридски“, 2001 г.

Сотироски К.: Статистика, Економски факултет - Прилеп, 2004 г.

Статистички годишник на Р. Македонија, Државен завод за статистика, 2008 г.

Оровчанец Н., главен уредник и др., Биостатистика, Медицински факултет, Скопје, 2006 година.



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

М-р Илија Груевски

НАЧИНИ НА ОДБРАНА ОД КАМАТНОТО ВЛИЈАНИЕ КАЈ БАНКИТЕ И ДРУГИТЕ ФИНАНСИСКИ ИНСТИТУЦИИ

Abstract

Modern banks in the world of interest rates, defined as large scope of variability, must develop strategies from interest rates modifications from which they can have benefit if they succeed in anticipation of future interest rate movement. In contrary, their profitability may be devolved and their liquidity endangered. There are more ways (methods, means, and techniques) that banks use as tools in the everyday battle with interest rates. They are: asset/liability management or analysis of interest rates sensitivity as many different hedging techniques like interest rates swaps, futures and options. In the following lines will be overviewed some of them.

Key words: *sensitive assets, sensitive liabilities, interest rate, duration, futures, options, swaps*

Вовед

Имотот на финансиските институции се состои од разновидни средства и извори кои во најголем процент се од финансиски, а во помал дел од реален карактер. Тие, а особено финансиските интермедијари, како што се банките, ја формираат својата актива позајмувајќи т.е. купувајќи примарни хартии од вредност од крајните штедачи и пласирајќи ги нив на крајните позајмувачи со продавање на секундарни хартии од вредност. Притоа, во тој процес на финансиска интермедијација плаќаат камата на позајмените средства и наплаќаат камата од пласираните средства и на тој начин остваруваат профит. Заради контрола и планирање на својата профитабилност тие користат најразновидни финансиски показатели.

Структурата на средствата и изворите на финансиските институции од аспект на нивната сензитивност на промените на каматната стапка може да биде различна. Оние средства или извори чишто приход односно трошок во вид на камата варира како резултат на промената на општото ниво на каматните стапки се нарекуваат *сензитивни средства*, односно *сензитивни извори*. Бидејќи во најголем дел профитот на овие институции се формира како резултат на разликата од приходот од камати на своите пласмани и трошокот во вид на камати на своите извори, доколку дојде до промена на нивото на каматите, може да дојде и до промена на самата профитабилност во зависност од структурата на сензитивните средства, односно извори. Затоа



како неопходност се наметнува потребата на финансиските институции од секојдневно следење на промените на каматните стапки, особено во услови на нестабилно опкружување. Паралелно на тоа, менаџментот мора да развие стратегија на регулирање на позицијата на средствата и изворите што како крајна цел ќе има остварување на одредено ниво на профит и зачувување на вредноста на сопствениот капитал.

А. Менаџментот средства/обврски

Менаџментот средства/обврски е интегрален дел од процесот на планирање на комерцијалните банки и на другите финансиски институции. Всушност, овој вид на управување може да се смета како еден од трите главни компоненти на планскиот систем. Првата е менаџментот средства/обврски која по природа е краткорочна, фокусирајќи се на дневното и неделното менаџирање на билансните позиции на банката, а сè со намера да се остварат краткорочни финансиски цели. Малку подолгорочна компонента е онаа за годишно планирање на билансните позиции, додека најдолгорочна е компонентата за стратемско планирање.

Менаџментот средства/обврски или таканаречена каматно-сензитивна анализа се концентрира врз нето-каматната маргина. Целта на оваа анализа е едноставно да го заштити нивото на NIM-net interest margin¹ (ако целта на менаџментот е да го минимизира ризикот) или да го зголеми т.е. максимизира истото ниво на NIM (се разбира ако менаџментот е подготвен да прифати поголем степен на ризик). Во зависност од тоа дали финансиската институција сака само да го заштити или пак да го зголеми нивото на својата профитабилност во литературата се вели дека таа води дефанзивен односно агресивен менаџмент.

а) Дефанзивен / агресивен менаџмент

Како што е споменато, ако примарна цел на банката е да ја заштити својата нето-каматна маргина тогаш таа води дефанзивна политика. Најчесто помалите банки кои немаат квалитетни кадри или пак немаат услови за прогнозирање на каматните стапки ја употребуваат оваа стратегија. Да претпоставиме дека NIM на некоја институција изнесува 3%. На кој начин менаџментот може да ја заштити оваа маргина? Едноставно, со одржување на односот на сензитивните средства и сензитивните обврски на ниво од 1²:

$$\frac{\text{Сензитивни средства}}{\text{Сензитивни извори}} = 1$$

¹ Под нето-каматна маргина (Net interest margin) се подразбира разликата од активната и пасивната каматна стапка на банките, што претставува своевидна банкарска профитна маржа.

² Rose S. P., Kolari W. J., Fraser R. D.: “Financial Institutions” Fourth Edition, 1993 god., p. 204



Во овој случај износот (волуменот) на сензитивните средства ќе биде еднаков со износот на сензитивните извори. Така, секое зголемување/намалување на трошокот за камати при промена на каматните стапки ќе биде компензирано со соодветно (во ист износ) зголемување/намалување на приходот од камати. На овој начин износот на НИМ останува непроменет без разлика во која насока флукутираат каматните стапки.

Меѓутоа, постојат банки кои од движењето на каматите можат да извлечат и екстра профит, доколку водат т.н. агресивен менаџмент. Најчесто тоа се поголемите банки кои ги поседуваат сите предуслови за водење ваква политика. Агресивната политика за менаџирање на сензитивната позиција инволвира две стапки и тоа: прво, насоката на движење на каматните стапки мора да се предвиди и второ, мора да се изврши регулирање на сензитивната позиција на средствата и изворите во согласност со очекуваните промени на каматите. Во ситуација кога се очекува каматните стапки да пораснат, сензитивната позиција треба да се регулира да биде сензитивна кон средствата, а тоа значи апсолутниот доларски гап да стане позитивен, релативниот гап исто така позитивен, а показателот за каматна сензитивност да стане поголем од еден:

$$\frac{\text{Сензитивни средства}}{\text{Сензитивни извори}} > 1$$

Поради ваквата регулираност, како што каматите ќе растат, приходите од камата растат побрзо од трошоците за камата. Исто така, менаџментот може да ја засили оваа позиција со давање на кредити со флукутирачка каматна стапка, редуцирање на депозитите со варијабилна камата, скратување на рокот на доспевање на своите средства и продолжување на рокот на доспевање на изворите на средствата. Во крајна инстанца резултатот на оваа стратегија би бил пораст на профитабилноста на банката.

Во обратна ситуација, пак, кога се очекува намалување на каматните стапки, сензитивната позиција треба да биде сменета во позиција сензитивна кон изворите на средства:

$$\frac{\text{Сензитивни средства}}{\text{Сензитивни извори}} < 1$$

Во ваков случај, како што каматните стапки ќе опаѓаат приходите од камати ќе опаѓаат поспоро од темпото на опаѓање на трошоците од камата. Оваа политика поддржана со мерките издавање депозити со варијабилни стапки, издавање кредити со фиксна камата, скратување на рокот на доспевање на изворите ќе вроди со исто така зголемена профитабилност.



б) Совпаѓање на временските дистрибуции (или модел на рочност)³

Иако широко користена во практиката на банките, менаџментот средства/обврски ја набљудува каматната сензитивност на средствата и изворите низ еден временски хоризонт кој може да биде подолг или пократок. Поради тоа сензитивноста како особина на средствата и изворите добива релативни димензии. Исто така, при селекцијата на временскиот хоризонт не се води сметка за времето или периодот на враќање на средствата и изворите, туку имплицитно се претпоставува дека тие имаат ист период на враќање, односно доставуваат на ист ден. Така на пример, да претпоставиме дека некоја банка има еднаков однос на сензитивни средства и сензитивни обврски обидувајќи се да ја заштити својата профитна маргина, потоа, да претпоставиме дека сензитивните средства достасуваат за 5 дена, сензитивните обврски за 30 дена, а временскиот хоризонт за набљудување (планирање) е 30 дена, тогаш секоја промена на каматните стапки ќе ја промени и профитната маргина и покрај тоа што е извршено подесување на сензитивната позиција. Поради ова, се применува еден друг вид хеџирање во рамките на менаџментот средства/обврски кој се нарекува совпаѓање на временските дистрибуции.

Суштината на ова подесување е да се изедначат роковите на доспевање на средствата со роковите на доспевање на изворите на средства, така што откако средствата ќе се реализираат во готовински фондови, веднаш ќе бидат употребени за отпишување на достасаните долгови. На пример, некоја банка може да има сертификат за депозии (долг или извор на средства) во износ од 5 милиони долари кој достасува за 6 месеци, исто така може да има и трезорски обврзници (средства) во ист износ и со ист рок на доспевање.

Со цел успешно се изведе ваквата работа, потребно е да се класифицираат сите средства и сите извори во т.н. *временски рангови (maturity rangs, maturity buckets)*, според рокот на временско доспевање на кое му припаѓаат. Така, сите средства кои доспеваат за еден ден се групираат во еден ранг, оние кои стасуваат за 5 дена во друг, оние за 30 дена во трет итн. Истото се прави и за изворите на средства. Откако ќе се собере износот на средства во секој ранг се пресметува процентот на средства во однос на вкупниот износ на средства. Следниот чекор е пресметување на просечниот принос на средствата во секој ранг, како и просечниот принос на вкупните средства. Истата постапка се применува и на изворите пресметувајќи го просечниот трошок на изворите во секој ранг, како и вкупниот просечен трошок на изворите на средствата. Ако од просечниот принос на вкупните средства се одземе вкупниот просечен трошок на изворите на средства ќе

³ Cirovic M.: “Bankarstvo”, Beograd, 2001, str. 349



се добие нето-каматната маргина. На крајот се пресметува показателот за каматна сензитивност (сензитивни средства/ сензитивни извори) во секој ранг, како и кумулативниот показател за каматна сензитивност на вкупните средства и вкупните извори на средства.

в) Подесување на дурацискиот gap (или дурациски модел)⁴

Фокусот на менаџментот средства/обврски се наоѓа врз нето-каматната маргина, која пред сè е сметководствена категорија. Меѓутоа, понекогаш целта на менаџментот е да ја максимизира или да ја зачува (во зависност од степенот на агресивност на менаџментот) нето-пазарната вредност на сопствениот капитал од промените на каматната стапка. Врската помеѓу промената на пазарната вредност на некое средство или извор на средства и промената на каматната стапка може да се види преку концептот на дурацијата. Всушност, дурацијата на некое средство/извор на средство е просечниот период на враќање на тоа средство/извор на средство мерен преку сегашната вредност на неговите парични приливи/одливи⁵. На пример, ако некоја банка поседува обврзници кои носат годишни парични приливи C во рок од n години, има номинална вредност PR и пазарна вредност P , а каматната стапка изнесува r , тогаш дурацијата на обврзниците би изнесувала:

$$D = \left[\frac{C}{1+r} + \frac{C}{(1+r)^2} + \dots + \frac{C_n + PR}{(1+r)^n} \right] / P$$

Сензитивноста на пазарната вредност на оваа обврзница при промената на каматната стапка би можела да се пресмета преку изразот⁶:

$$-\frac{\Delta P}{P} = -D \frac{\Delta r}{(1+r)}; \quad \Delta P = -D \frac{\Delta r}{(1+r)} \cdot P$$

каде P , r претставуваат промена на пазарната вредност, односно промена на каматната стапка консеквентно. Од овие релации може да се заклучи дека колку е поголема дурацијата на некое средство/извор на средство толку е поголема неговата изложеност на каматниот ризик, односно толку повеќе би се намалила неговата пазарна вредност, доколку би дошло до зголемување на каматната стапка и обратно.

Ако овие сознанија ги примениме при пресметувањето на сензитивноста на пазарната вредност на сопствениот капитал кога доаѓа до варијации на каматите заклучоците би биле истонасочни. Така, знаејќи дека вредноста на сопствениот капитал е разлика помеѓу вкупните средства и вкупните обврски и доколку дојде до промена на нивото на каматите за

⁴ Cirovic M.: “Bankarstvo”, Beograd, 2001, str. 351

⁵ Rose S. P., Kolari W. J., Fraser R. D.: “Financial Institutions” Fourth Edition, 1993 god., p 112

⁶ Ibid., стрп. 113



одреден процент, тогаш промената на пазарната вредност на сопствениот капитал ќе биде еднаква на разликата од промената на пазарната вредност на средствата и промената на вредноста на обврските⁷ :

$$\Delta NW = \Delta A - \Delta L$$

ако ја примениме претходнава релација во овој израз би добиле:

$$\Delta NW = \left[-D_A \cdot \frac{\Delta r}{(1+r)} \cdot A \right] - \left[-D_L \cdot \frac{\Delta r}{(1+r)} \cdot L \right]$$

Ако внимателно се анализира горниов израз ќе се утврди дека доколку дојде до зголемување на каматната стапка и доколку средствата имаат поголема просечна дурација од обврските нивната вредност би се намалила во поголем износ од вредноста на обврските што во крајна инстанца би дошло до намалување на вредноста на сопствениот капитал. Неговиот износ би останал непроменет и заштитен само доколку $D_A = D_L$.

Генерално ефектот од промената на каматната стапка врз пазарната вредност на сопствениот капитал е дадена преку т.н. *дурациски гап* (јаз) помеѓу просечната дурација на средствата (D_A) и просечната дурација на обврските (D_L)⁸.

$$D_{GAP} = D_A - D_L$$

Општите констатации во врска со дурацискиот гап би биле следниве: доколку дурацискиот гап е позитивен ($D_A > D_L$) зголемувањето на каматната стапка би ја намалило пазарната вредност на сопствениот капитал, а намалувањето на истата би ја зголемило вредноста на капиталот; доколку пак дурацискиот гап е негативен ($D_A < D_L$) зголемувањето на каматата би ја зголемило пазарната вредност на капиталот и обратно. Само доколку дурацискиот гап изнесува 0 ($D_A = D_L$) настанува процес на зачувување на вредноста на капиталот кој се нарекува имунизација. Впрочем, дефанзивниот менаџмент е насочен токму кон зачувувањето на вредноста на капиталот настојувајќи да го одржи дурациски гап со износ 0. Од друга страна, пак, офанзивниот менаџмент се стреми да оствари зголемување на вредноста на сопствениот капитал предвидувајќи го движењето на каматните стапки и менувајќи го износот на дурацискиот гап во релација со насоката од каматните прогнозирања.

⁷ Ibid., стр. 435

⁸ Rose S. P., Kolari W.J., Fraser R.D.: “Financial Institutions” Fourth Edition, 1993 god., p. 435



Б. Разните хеџинг (регулатори) техники како средство за редуцирање на ризикот од каматните стапки

Покрај традиционалните методи, постојат и посовремени нетрадиционални методи за регулирање против каматниот ризик. Најпознати современи хеџинг техники се: фјучерс договорите, опциите и каматните свапови.

а) Финансиски фјучерс договори

Фјучерс договорите претставуваат стандардизирани договори за идна испорака на некоја определена стока по определен временски рок, според однапред определена цена. Во нашиов случај таа стока би била финансиска, а тоа се всушност хартиите од вредност. Фјучерс договорите најчесто постојат за евродоларските депозити, државните трезорски обврзници на САД, како и обврзниците на локалните власти во САД и др.

Трансакциите на пазарот на финансиски фјучерси најчесто се одвиваат помеѓу два партиципиенти и тоа т.н. “hedgers” (регулатори) и шпекуланти. Првите настојуваат да го елиминираат ризикот од промената на каматната стапка и да ја сочуваат вредноста на финансискиот имот со „префрлање” или со „тргување” на ризикот со вторите учесници-шпекулаторите, кои го прифаќаат тој ризик со надеж дека ќе остварат големи екстра профити.

Регулирањето претставува заземање позиција на пазарот на финансиски фјучерси спротивна од позицијата на пазарот на пари (spot; cash market). На пример: некоја финансиска институција поседува портфолио од долгорочни државни трезорски обврзници и очекува зголемување на нивото на каматната стапка, што ќе доведе до намалување на вредноста на овие хартии од вредност. Во ваква ситуација таа има „долга” позиција на „spot” пазарот, па затоа треба да заземе „кратка” позиција на фјучерс пазарот. „Краткото” регулирање на фјучерс пазарот значи дека банката треба да продаде фјучерс договор за идна испорака на долгорочни државни обврзници. Ако каматните стапки навистина пораснат, тогаш намалувањето на вредноста на портфолиото на хартии од вредност (загуба на „spot” пазарот) ќе биде делумно или целосно компензирана од добивката остварена на фјучерс пазарот. Тоа е така бидејќи зголемувањето на каматната стапка доведува до намалување на вредноста на фјучерс договорот и банката може да го откупи истиот договор што порано го продавала и тоа по намалена, депрецирана цена. Така, да претпоставиме дека банката очекува зголемување на каматната стапка во износ од 2% и дека со таквото зголемување би претрпела загуба на финансискиот имот од околу 29.000 \$. Ако едногодишниот фјучерс договор за државни обврзници се продава по индексна цена од 95, дисконтната стапка би била 5% или 0,05 (100-95/100). Вкупниот износ на дисконтот кој се пресметува на дисконтна основа на

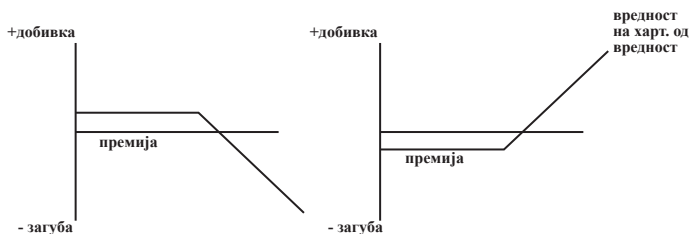


овој договор кој гласи на износ од 1.000.000 \$ би бил 50.000\$ ($0,05 \times 1.000.000 \times 360 / 360 = 50.000$). Оттука, цената на договорот запоставувајќи ги брокерските и другите трансакциски трошоци би изнесувала 950.000 \$ ($1.000.000 - 50.000 = 950.000$). Доколку дојде до зголемување на каматната стапка за 2%, тогаш дисконтната стапка на договорот би се зголемила од 5% на 7% или 0,07, износот на дисконтот би се зголемил на 70.000 \$, додека цената на фјучерс договорот би паднала на 930.000 \$. Од купувањето на фјучерс договорот по оваа депрецирана цена од 930.000 \$ на крајот на годината и испорачувањето на претходно договорените обврзници по повисока цена ќе вроди резултат – добивка од 20.000 \$ по договор. За да се анулира антиципираната загуба од 29.000 \$ банката ќе мора да склучи најмалку еден фјучерс договор за продажба и остатокот да го покрие преку другите хеџинг техники.

Во општиов претходен случај стануваше збор за „кратко“ регулирање на фјучерс пазарот. Меѓутоа, постои и т.н. „долго“ регулирање или „долга“ позиција на овој пазар. Таа се користи кога одредена финансиска институција антиципира идно намалување на општото ниво на каматните стапки, претпоставувајќи дека тие го достигнале своето максимално ниво. Купувајќи фјучерс договор за идна испорака на хартии од вредност, позицијата на фјучерс станува „долга“ како одговор на „кратката“ позиција на „спот“ пазарот, а самиот процес на регулирање со одвива аналогно како во претходниов пример, само во обратна насока.

б) Опциите како средство за анулирање на ризикот

Договорот кој ѝ овозможува на некоја финансиска институција право, но не и обврска да продаде (*put option*) или пак да купи одредени хартии од вредност (*call option*) по одредена договорена цена од составувачот на самиот финансиски договор се нарекува *опција* или *опциски договор*. Всушност, опцијата претставува еден вид „обложување“ помеѓу двете договорни странки за правецот на движење на каматните стапки (цената на хартијата од вредност) така што не е можно едната страна да оствари добивка, без другата да изгуби. Затоа, графиконите на добивката, односно загубата кај странките (инвеститорот односно составувачот) изгледаат како меѓусебно обрнати слики или како рефлексии во огледало.





Притоа доколку не настапи промена на цената на финансиското средство осигурано со самата опција, инвеститорот не мора, т.е. нема обврска истата да ја реализира. Затоа опцијата претставува добро решение за еднонасочно осигурување од ризикот на промена на цените на хартиите од вредност. Се разбира дека и за тоа има цена, а тоа е платената премија од страна на инвеститорот на составувачот на склучениот опциски договор. На кој начин може да се изврши регулирање (хецирање) за да се избегне ризикот од промена на цената на некоја хартија од вредност.

Да претпоставиме дека една финансиска институција поседува акција чија вредност се проценува на 50 \$. Веројатноста дека таа акција ќе ја зголеми својата вредност за 20% изнесува $2/3$, а веројатноста дека ќе ја намали вредноста за 10% е $1/3$. Во овој случај регулирањето се извршува со чување на таа акција и со составување на опции. Во кој однос или размер треба да бидат акциите и опциите може да се дознае од следниов израз⁹:

$$\text{Регулиран} \\ \text{(hedged)} \text{ однос} = \frac{uV_o - dV_o}{uV_s - dV_s}$$

каде uV_o е вредноста на опцијата во случај да се оствари зголемување на цената на акцијата, dV_o е вредноста на опцијата во случај да се оствари намалување на цената на акцијата, uV_s е вредноста на акцијата во случај на нејзино зголемување и dV_s е вредноста на акцијата во случај на нејзино намалување.

Вредноста пак на некоја опција изнесува¹⁰:

$$V_o = \max(V_s - E, 0)$$

каде V_s е вредноста на хартијата од вредност која се осигурува со опцијата, а во нашиот случај тоа е акцијата, E е цената на реализација на опцијата, а \max значи максимална вредност од $V_s - E$, или нула, зависно од тоа кој број е поголем. Ова е значајно кога $E > V_s$ и тогаш V_o е секогаш 0, бидејќи реализацијата нема да се изврши поради помалата моментална вредност на акцијата од цената на нејзината реализација, па затоа во таков случај таа секогаш изнесува 0 и нема негативна вредност. Во нашиов случај цената на реализација изнесува 50 \$. Вредноста на акцијата доколку дојде до нејзино зголемување (uV_s) за 20% би била $(1.20 \times 50\$) = 60\$$, доколку дојде до намалување (dV_s) за 10% би била $(0.90 \times 50\$) = 45\$$. Вредноста пак на опцијата доколку вредноста на акцијата се зголеми (uV_o) за 20% би била $(60\$ - 50\$ \max) = 10\$$, а доколку вредноста на акцијата се намали (dV_o) за 10% би била $(45\$ - 50\$ \max) = 0$. Од овие информации можеме да го пресметаме регулираниот (хециран) размер на акции и опции

$$\text{Регулирање} \\ \text{(hedged)} \text{ однос} = \frac{10\$ - 0}{60\$ - 45\$} = \frac{2}{3}$$

⁹ Van Horne C. J.: “Financijsko upravljanje i politika” стр. 116, devetto izdanje, Zagreb, 1993

¹⁰ Ibid., стр. 110



што значи дека финансиската институција која сака да се заштити од ризикот од променливост на цените мора да купи или поседува 2 акции (долга позиција) и да впише 3 опции (кратка позиција). За да се провери ефектот од ваквите трансакции треба да се направи проверка за вредноста на можните состојби на крајот од периодот. Во случај цената на акцијата да се зголеми за 20% тогаш банката ќе поседува 2 акции по 60 \$ од која вредност треба да се одземе вредноста на трите опции по 10 \$, така што вредноста на комбинираната регулирана комбинација би изнесувала 90 \$ ($60\$ \times 2 = 120\$ - 3(10\$) = 90\$$). Во другиов случај, ако цената на акцијата опадне за 10%, тогаш банката би поседувала исто така 2 акции од по 45\$ и 3 опции со вредност од 0\$, така што вредноста на комбинацијата изнесува исто така 90\$ ($2 \times 45\$ = 90\$ - 3 \times 0\$ = 90\$$). Се разбира дека при оваа операција не е земено предвид премијата која се јавува како трошок за инвеститорот, така што ако и нејзе ја земеме во обсер, тогаш неговата можна загуба би се ограничила на висината на нејзиниот износ.

в) Каматни свопови (swaps)

Каматните свопови се релативно нови финансиски иновации чија примарна цел претставува елиминацијата на каматниот ризик. За разлика од другите средства, каматните свопови најчесто се користат во меѓународната трговија на хартии од вредност т.е. на меѓународните финансиски пазари. Што всушност претставува овој инструмент? Каматниот своп е договор помеѓу две финансиски институции во кој тие постигнуваат согласност за меѓусебна размена на нето-разликата на трошоците за камата на нивните долгови. Во еден типичен своп договор едната страна ја претставува финансиската институција која е способна да позајмува долгорочни кредити по релативно ниска и фиксна каматна стапка (бидејќи има добар кредитен рејтинг), додека другата страна е претставена од финансиска институција која е принудена да позајмува краткорочни кредити со варијабилни каматни стапки се разбира поради нискиот кредитен рејтинг. Со своп договорот, практично, доаѓа до размена на плаќањата на каматните стапки помеѓу двете фирми. За да подобро се илустрира начинот на кој функционира овој инструмент ќе се покаже со пример.

Да се претпостави дека некоја финансиска институција има портфолио на средства кои се долгорочни и со фиксна каматна стапка, а го финансира тоа портфолио со краткорочни извори на средства на кои плаќа варијабилна каматна стапка. Потоа, да се претпостави друга институција која своето портфолио од краткорочни средства, кои најчесто носат варијабилна камата, го финансира со извори на средства кои се долгорочни и со фиксна каматна стапка. Вака поставени и двете институции се подложни на каматниот ризик. Ако дојде до зголемување на нивото на каматните



стапки тогаш првата институција ќе доживее пад на нето-каматната маргина поради негативниот доларски гап т.е. негативната сензитивност на нејзините средства и извори. Ако пак дојде до намалување на нивото на каматите, профитабилноста на другата институција ќе се намали поради позитивната сензитивност на својата структура на средства и извори. Самите институции ќе го редуцираат ризикот од каматната стапка кога ќе извршат замена (swaping) на нивните обврски за плаќање на каматата на своите долгови. Притоа, двете странки не го заменуваат основниот долг туку само плаќањето врз основа на камата.

На овој начин странката која преферира фиксна камата на своите облигации се согласува да ја плати каматата на фиксниот долг на другата странка и обратно, странката со преференции за варијабилна камата се согласува да ја плати варијабилната камата на долгот на првата странка. Се разбира, во овој процес посредува трета финансиска институција која ги зближува двете странки и го сноси ризикот од неизвршување на обврските за плаќање на каматата за што наплаќа провизија и ризико-премија.

Заклучок

Постојат повеќе начини на редукција на ризикот од каматната стапка. Еден од најтрадиционалните е менаџментот средства/обврски кој се фокусира врз одбраната на нето-каматната маргина, кој е показател на профитабилноста на банките. За да се изврши елиминирање на можната загуба како резултат од осцилирањето на каматите, потребно е износот на сензитивни средства и сензитивни извори да биде еднаков, односно апсолутниот доларски гап да изнесува нула, а показателот на каматна сензитивност да изнесува еден. Со цел да се из земе влијанието на временскиот хоризонт на набљудување врз самата сензитивност на средствата/изворите тогаш треба да се примени методот на временските дистрибуции на средствата, односно изворите. Доколку целта на менаџментот нема за приоритет да ја чува нето-каматната маргина која е книговодствена категорија, туку нето-пазарната вредност на сопствениот капитал тогаш треба да се примени методот на дурацијата на средствата/изворите.

Постојат и посовремени методи за редукција на ризикот на каматната стапка. Едни од најупотребуваните се: фјучерските договори, опциските договори и каматните свопови. Овие методи се нарекуваат хеџинг (регулатори), бидејќи нивото на ризикот може да се регулира. Фјучерсите се стандардизирани договори за испорака на одредени хартии од вредност во одреден временски рок по определена цена. Регулирањето се врши на тој начин што се зазема позиција на фјучерс пазарот, спротивна од позицијата



на спот пазарот. Опцијата пак дава право, но не и обврска за испорака или купување на одредени финансиски инструменти по одредена цена, па затоа е добар начин за редуција на еднонасочниот ризик од каматната стапка. Каматните свапови пак, претставуваат договори за размена на разликата на плаќањата за камата на долговите на странките учесници во меѓународните финансиски пазари подложни на ризикот од промената на каматните стапки.

Користена литература

- Rose S. P., Kolari W. J., Fraser R. D.: “Financial Institutions” Fourth Edition, Boston 1993
- Van Horne C. J.: “Financijsko upravljanje i politika”, devetto izdanje, Zagreb 1993
- Cirovic M.: “Bankarstvo”, Beograd 2001
- Curcic N. U.: “Upravljanje rastom i performansama banke”, Novi Sad 2003
- Hempel H. G., Simonson G. D.: “Bank management” Fifth edition, New York 1999
- Трпески Љ.: „Пари и банкарство”, Економски факултет, Скопје, 2000 год.
- Samuelson P., Nordhaus W.: “Economics”, Eighteen Edition, McGraw Hill International Edition 2005



SIX SIGMA and CMMI APPLICATIONS and SYNERGY

Stojan Kocev MSc
Makedonski Telekom AD

Abstraction

This document focuses on two popular improvement platforms: CMMI and Six Sigma. As CMMI has become more widely institutionalized and Six Sigma has made its way into engineering disciplines, numerous questions, answers and analyzes have arisen.

This topic is given answer the above few questions, which relate to implementing CMMI along with Six Sigma. A brief summary of CMMI fundamentals and an overview of what Six Sigma is and what it is not, are included here. The paper also explores the relationships between CMMI and Six Sigma and how they integrate together.

Key words: *organization's improvement, customer requirements, performance, variation*

Introduction

Organizations begin the road of process improvement for many different reasons. Some realize the need for improvement when their products fail after release and must be repaired. Others are driven by mandates and regulatory requirements, such as the need to achieve a Capability Maturity Model Integration (CMMI) Maturity Level 3 to be able to bid on a contract or show that they comply with the Sarbanes-Oxley Act. Significant business issues, such as a lost contract or a new market opportunity, can also draw attention to process improvement.

The most effective and sustained improvement of any type is done in response to performance needs, not compliance goals. Whether an organization's improvement is focused on the performance of a product, project, or process, its purpose should be to close the gap between actual and desired performance--where "desired" is driven by factors such as customer requirements and the needs of the business.

Organizations that endeavor to improve often find themselves researching many solutions: maturity models, EIA standards, acquisition standards, ISO standards, measurement best practices, codified life-cycle processes such as Team Software Process (TSP), software development principles, and more. All improvement initiatives selected by an organization should be implemented in an integrated model. And the result should be a set of organizational processes, used by everyone--from developer to software engineering process group (SEPG) member to manager--that reflect the features of the improvement initiatives chosen.



Overview of Six Sigma and CMMI

Role of the 1.5 sigma shift

Experience has shown that in the long term, processes usually do not perform as well as they do in the short. As a result, the number of sigmas that will fit between the process mean and the nearest specification limit is likely to drop over time, compared to an initial short-term study. To account for this real-life increase in process variation over time, an empirically-based 1.5 sigma shift is introduced into the calculation. According to this idea, a process that fits six sigmas between the process mean and the nearest specification limit in a short-term study will in the long term only fit 4.5 sigmas – either because the process mean will move over time, or because the long-term standard deviation of the process will be greater than that observed in the short term, or both.

Hence the widely accepted definition of a six sigma process is one that produces 3.4 defective parts per million opportunities (DPMO). This is based on the fact that a process that is normally distributed will have 3.4 parts per million beyond a point that is 4.5 standard deviations above or below the mean (one-sided capability study). So the 3.4 DPMO of a “Six Sigma” process in fact corresponds to 4.5 sigmas, namely 6 sigmas minus the 1.5 sigma shift introduced to account for long-term variation.] This is designed to prevent underestimation of the defect levels likely to be encountered in real-life operation.

Sigma levels

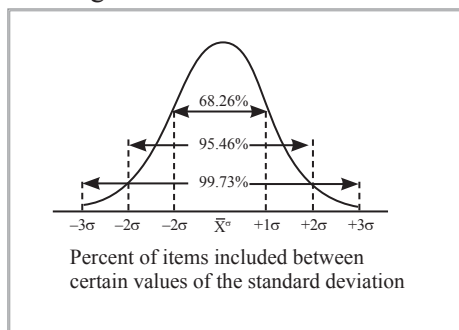
Short-term sigma levels correspond to the following long-term DPMO (defect per million opportunities) values (one-sided):

- 1 sigma = 690,000 DPMO = 31% efficiency
- 2 sigma = 308,000 DPMO = 69.2% efficiency
- 3 sigma = 66,800 DPMO = 93.32% efficiency
- 4 sigma = 6,210 DPMO = 99.379% efficiency
- 5 sigma = 230 DPMO = 99.977% efficiency
- 6 sigma = 3.4 DPMO = 99.9997% efficiency

These figures assume that the process mean will shift by 1.5 sigma towards the side with the critical specification limit some time after the initial study determining the short-term sigma level. The figure given for 1 sigma, for example, assumes that the long-term process mean will be 0.5 sigma beyond the specification limit, rather than 1 sigma within it, as it was in the short-term study. Figure -1 depict % of items included between certain values of the standard deviation.



Figure-1



Complementary Technologies

Complex it is, to quickly illustrate the ways in which Six Sigma may be intertwining with other schemes or vice versa. To broadly understand the possible interrelationship between initiatives, it can be explained from Six Sigma and improvement approaches such as CMM (Capability Maturity Models), CMMISM, PSPSM/TSPSM that are complementary and mutually supportive. Depending on existing organizational, project or individual circumstances, Six Sigma could be an enabler to launch CMM®, CMMISM (Capability Maturity model Integration-service mark), PSPSM, (Personal software process) or TSPSM (Team software process). Alternatively, it could work as a refinement toolkit / methodology within these initiatives. As for example, it may be used to choose uppermost priority Process Areas within CMMISM or to select highest advantage metrics within PSPSM. Examination of the Goal-Question-Metric (GQM), Initiating-Diagnosing-Establishing-Acting-Leveraging (IDEALS), and Practical Software Measurement (PSM) paradigms, likewise, shows compatibility and consistency with Six Sigma. GQ (I)M interconnects well with the Define-Measure steps of Six Sigma. IDEAL share many common features with Six Sigma, with IDEALSM being slightly more focused on change management and organizational issues and Six Sigma being more focused on tactical, data-driven analysis and decision-making. PSM provides a software-tailored approach to measurement that may well serve the Six Sigma improvement framework (Harry 2000)

The Six Sigma was originally developed as a set of practices designed to improve manufacturing processes and eliminate defects, but its application was subsequently extended to other types of business processes as well. In Six Sigma, a defect is defined as anything that could lead to customer dissatisfaction. Bill Smith at Motorola first formulated the specifics of the methodology. The Six Sigma was greatly motivated by six previous decades of excellence



improvement methodologies such as quality control, TQM, imperfections, based on the work of pioneers such as Shewhart, Deming, Juran, Ishikawa, Taguchi and others. (Snee 2002)

Like its predecessors, Six Sigma asserts that continuous efforts to achieve stable and predictable process results, like reduce process variation are of fundamental importance to business success. The manufacturing and business procedures have distinctiveness that can be measured, analyzed, improved, and controlled. To attain continued quality improvement entails commitment from the whole organization, predominantly from top-level management.

Features that set Six Sigma apart from previous quality improvement initiatives include:

1) a clear focus on achieving measurable and quantifiable financial returns from any Six Sigma project; 2) an increased emphasis on strong and passionate management leadership and support; 3) a special infrastructure of Champions; 4) Master Black Belts, Black Belts, and others to lead and implement the Six Sigma approach; 5) A clear commitment to making decisions on the basis of verifiable data, rather than assumptions and guesswork. (Pyzdek, T.2003)

The term Six Sigma came from a field of statistics recognized as process capability studies. It referred, originally, to the ability of manufacturing processes to create a very high amount of output within requirement. Processes that function with six-sigma quality over the short term are understood to produce long-term imperfection levels below 3.4 imperfections per million opportunities (DPMO). Six Sigma's inherent objective is to get better the all processes to that level of quality or better. The Six Sigma is a registered service mark and trademark of Motorola, Inc. and has documented over US\$17 billion in savings from Six Sigma as of 2006.

The early adopters of Six Sigma who attained well publicized success include Honeywell International, previously known as Allied Signal and General Electric, wherein the method was introduced by Jack Welch. During the 1990s, almost two thirds of the Fortune 500 organizations had begun Six Sigma schemes with the aim of reducing costs and improving quality.

Up to date, Six Sigma has sometimes been combined with lean manufacturing to yield a methodology named Lean Six Sigma. The normal distribution's graph motivates the statistical assumptions of the Six Sigma model.

Six Sigma Costs and Savings

The financial benefits of implementing Six Sigma at your company can be significant. It is a saying by most people that it takes money to make money. In the world of quality methodology of the Six Sigma, the saying also holds true: it has to be money to put aside money. You cannot expect to significantly reduce costs and increase sales using Six Sigma without investing in train-



ing, organizational infrastructure and culture evolution. It is true that one can reduce costs and increase sales in a localized area of a business using the Six Sigma quality methodology and this can probably be done inexpensively by hiring an ex-Motorola or GE Black Belt, a “get rich quick” scenario with the use of Six Sigma. Nevertheless, is it going to last when the one managing the business is elevated to a different area or perhaps resigned? There is no exact answer but it could be no. If a company needs to produce a culture shift within your organization, like 1) a shift that makes each employee to think about how his or her actions influence the customer; and 2) to communicate within the business using a consistent language, it is going to involve a resource commitment. It is true that it takes money to save money and that how much financial obligation does Six Sigma necessitate and what scale of financial benefit can a company expect to receive? There are people that we must answer to and making speeches do not pay bills or maintain the stockholders happy. It should be noted that all types of companies whatever dimension are in the center of a quality revolution. Take note that: 1) GE saved \$12 billion over five years and added \$1 to its income for every share; 2) Honeywell (AlliedSignal) documented more than \$800 million in savings. In addition, 1) GE produces annual benefits of over \$2.5 billion across the organization from Six Sigma; 2) Motorola reduced manufacturing costs by \$1.4 billion from 1987-1994; 3) Six Sigma reportedly saved Motorola \$15 billion over the last 11 years.

The above given quotes may in truth be factual, but dragging the numbers out of the framework of the organization’s profits does not do anything to help a company decipher if Six Sigma is really perfect for them. However, investigation on what the companies themselves had in mind about their Six Sigma costs and savings were taken. The following information was based on the supposition that these Six Sigma companies operate with integrity until proven otherwise. An investigation was done on Motorola, Allied Signal, GE and Honeywell and choosing these four companies was a priority because they are the companies that invented and refined Six Sigma and they are the most established in their deployments and culture changes: 1) As the Motorola website claims, they invented it in 1986; 2) Allied Signal deployed Six Sigma in 1994; 3) GE in 1995; 4) Honeywell was considered because Allied Signal merged with Honeywell in 1999 and launched their own initiative in 1998. More companies have set up Six Sigma between the years of GE and Honeywell. (Dodson 2001)

Six Sigma and the SEI’s CMMI (Software Engineering Institute’s Capability Maturity Model Integration (CMMI®)) can together contribute to the overall success of IT based quality initiatives in any organization. Implementing both the models can lead to:



- Greater focus on the customer leading to customer delight and healthier bottom lines
 - Continuous process improvements and synergy
 - A data driven organization
 - Metrics based decision making culture
 - and the list goes on...
- Numerous questions have arisen, including:*
- Should I pick Six Sigma or CMMI?
 - Can I leverage Six Sigma with software process improvement initiatives already underway in my organization?
 - Can I have a system to check if Six Sigma works in software and systems engineering?
 - How do I train IT professionals when Six Sigma training is geared for manufacturing?

Overview of CMMI

CMMI® (Capability Maturity Model® Integration) is a process improvement maturity model for the development of products and services. It consists of best practices that address development and maintenance activities that cover the product or service lifecycle from conception through delivery and maintenance.

CMMI process areas are categorized into several disciplines. The base model contains 22 process areas that cover the systems and software engineering disciplines. In addition to the 22 process areas in the base model, there are 3 process areas that cover integrated product and process development (IPPD) and 1 that covers supplier sourcing.

CMMI has grouped all the process areas into 4 categories. They are:

- Process Management
- Project Management
- Engineering
- Support

Although the process areas are grouped, they often interact and have an effect on one other regardless of their group.

Overview of Six Sigma

Six Sigma is a holistic approach to business improvement that includes philosophy, performance measurements, improvement frameworks, and a toolkit – all of which are intended to complement and enhance existing engineering, service, and manufacturing processes. Because of its many dimensions, Six Sigma can serve as both an enterprise governance model and a tactical improvement engine.



The Six Sigma philosophy is to improve customer satisfaction through the prevention and elimination of defects and, as a result, increase business profitability. Six Sigma defines defects in terms of the customer's (not the engineer's) viewpoint. Therefore, defects are variations in a product, service, or process which prevent customers from having their needs met or add cost, whether or not that cost is

detected. Business profitability and customer focus are the central motive of Six Sigma. The quest to achieve the desired level of performance (as measured by sigma or any other gauge) is based on the following key underlying principles of statistical thinking:

- Everything is a process
- All processes have inherent variability
- Variation produces defects

Six Sigma is a breakthrough strategy leading to healthier bottom lines. The methodology uses data to measure the effectiveness of current processes and to validate improvement; it uses proven statistical and quality tools to identify process gaps and solutions for improvement; and integrates improvements in the operational processes with business strategy.

Schleusener urges service companies to adopt three principles of statistical thinking: All work is a process, all processes have variability and all processes create data that explains variability.

For example, if you were to apply Six Sigma to a company that provides housekeeping services, you must first understand what the work (process) involves. Using Six Sigma's define-measure-analyze-improve-control method, a housekeeping service company can implement quality:

Define. Because Six Sigma is aimed at reducing defects, the first step is to figure out what a defect would be. For example, the company may decide that leaving streaks on the windows is a defect because it is a source of customer dissatisfaction.

Measure. The next step is to collect data to find out why, how, and how often this defect occurs. This might include a process flow map of where employees start and finish cleaning houses. Other metrics may include recording what products and tools the employees use to clean the houses.

Analyze. After the data is measured, the company's Six Sigma team realizes that a particular employee is better at cleaning windows than the other employees.

Improve. The team implements that employee's process as a standard way of cleaning windows.

Control. The company teaches new employees the correct technique to wash the windows. Over time, there's significant improvement in customer



satisfaction and increased business.

It may have taken the Six Sigma team one or two brainstorming sessions to clearly define its process, but the DMAIC model remains the same for housekeeping services as it is for a window manufacturer.

CMMI and Six Sigma – Complementing Each Other

Initially, the focus of Six Sigma was to improve production or manufacturing processes only. Over time, it has been more widely used by organizations to the rest of their business life cycles and supply chains. Data is used to understand variation and to drive decisions to improve the processes.

CMMI provides an effective framework for project management and software engineering. The software engineering process definition is guided by a framework like CMMI. The efficiency of these processes is complemented by the usage of the Six Sigma methodologies. The process defines the data and that the data indicates the performance of the process. In totality, the CMMI and Six Sigma complement each other and in practice enhance the process efficiency and effectiveness in an organization.

Define, Measure, Analyze, Improve, Control – these steps, more commonly called DMAIC, the Six Sigma methodology, statistically measure and reduce variation, and thus decrease defects and improve quality. Over a period of time, IT organizations have been adopting Six Sigma methodology, or some variation of the methodology thereof, to improve software quality and efficiency and better meet customer requirements.

The characteristic of CMMI maturity level 5 is continuous improvement, wherein Six Sigma provides methodologies for the journey of breakthrough improvement.

Successfully implementing CMMI and Six Sigma together requires an examination of the relationships between the two. People often create a mapping when comparing another improvement initiative with CMMI. Because CMMI and Six Sigma are two different types of initiatives with many different connections and overlaps, a complete mapping would be heavy and offers little practical value. What is useful is to understand the way these two approaches harmonize and the ways in which they are associated. Coupling this understanding with a conscious strategy enables an organization to create tactical plans and specific mappings to support their implementations. The following sections depict and describe the CMMI and Six Sigma relationships at various phases.

Relationships between CMMI Process Areas and the DMAIC Framework

We focus here on the connection between DMAIC and CMMI Process areas. The CMMI model should be mapped to an organization's processes rather than re-designing the processes to exactly match the model's practices. Simi-



larly, DMAIC should be incorporated into the measurement and improvement processes rather than changing the existing defined organizational processes to match the steps of DMAIC.

Several CMMI process areas and generic practices align with DMAIC roadmap steps. While this organization's process was designed with model compliance in mind, it represents an integrated approach to the overall use of measurement instead of a replication of the specific practices of each process area.

The organization's measurement process can be mapped to the generic practices that apply to all the CMMI process. The generic practices that are oriented to the organization's measurement process are listed below.

- Monitor and Control the Process
- Collect Improvement Information
- Establish Quality Objectives
- Stabilize Sub process Performance
- Ensure Continuous Process Improvement
- Correct Common Causes of Problems

CMMI Representation with Six Sigma

Numerous process areas have links to the Six Sigma analytical toolkit. Some examples are listed below.

- Decision Analysis & Resolution (DAR) can use concept selection methods such as Pugh Matrix
- Risk Management (RSKM) can use Failure Modes & Effects Analysis (FMEA)
- Technical Solution (TS) can use Design FMEA

Connections can be made between DMAIC roadmap steps and the specific goals of process areas. Starting as a driving force and accelerator at Level 1 and progressing to the organization-wide application of what were originally local improvements,

Level 5 is reached when an organization can focus on continuous process improvements.

Taking specific levels, let's see how Six Sigma and CMMI play an important role at Level 4 and Level 5.

Maturity Level 4: Quantitatively Managed

At maturity level 4, the organization and projects establish quantitative objectives for quality and process performance and use them as criteria in managing processes. Quantitative objectives are based on the needs of the customer, end users, organization, and process implementers.

Quantitative Project Management, a level 4 process area, is to manage the project with metrics to achieve the project's established quality and process-performance objectives.



- Identifying goal metrics, (contract, MSA, SLA, for identifying applicable metrics) targets, lower limit and upper limit values
- Identifying control metrics for each goal metric in order to monitor & control the metric during the execution of the project
- Determine target, lower limit and upper limit values for control metrics from the organization level baselines
- Statistically analyzing the control metrics data to identify and understand process variation
- Predict the performance of goal metrics based on control metric performance
- Implementing corrective actions in case control metrics are operating outside the established limits

Organization Process Performance, a level 4 process area, is to establish and maintain a quantitative understanding of the performance of the organization's set of standard processes in support of quality and process-performance objectives, and to provide the process-performance data, baselines, and models to quantitatively manage the organization's projects.

- Relationship between goal metrics and control metrics are identified and established
- Business unit / organization level metrics baselines are established
- Defect prediction model is used to predict delivered defect density based on defect injection rate, defect detection efficiencies, etc.

Quality and process performance is evaluated in statistical terms and is managed throughout the life of the processes by implementing Six Sigma. Six sigma projects can be executed and improvements demonstrated at each CMMI process area.

Maturity Level 5: Optimizing

At maturity level 5, an organization continually improves its processes based on a quantitative understanding of the common causes of variation inherent in processes. The level also focuses on continually improving process performance through incremental and innovative process and technological improvements. A critical distinction between maturity levels 4 and 5 is the type of process variation addressed. At maturity level 4, the organization is concerned with addressing special causes of process variation and providing statistical predictability of the results. Although processes may produce predictable results, the results may be insufficient to achieve the established objectives. At maturity level 5, the organization is concerned with addressing common causes of process variation and changing the process (to shift the mean of the process performance or reduce the inherent process variation experienced) to improve process performance and to achieve the established quantitative process improvement objectives.



Achieving breakthrough improvements at Level 5 can lead to Organizational innovation and development. This is an area where incremental and innovative improvements, that measurably improve the organization's processes and technologies, are addressed and established. Enabling of Six Sigma projects through improvements can be identified via the following means:

- Process improvements identified based on process performance data
- Best practices and project innovations from Six Sigma projects
- Initiatives identified by Senior Management
- Technology improvements
- Inputs and ideas from an external industry practice

Causal Analysis and Resolution, a level 5 process area, is to identify causes of defects and other problems and take action to prevent them from occurring in the future.

Defect data is gathered from Reviews, Inspections and Testing. A subset of this data is subjected to causal analysis and resolution to identify the potential causes for the same.

- Pareto chart is used for prioritizing
- Root cause analysis (using fish-bone diagram) is done for identifying the root causes
- Corrective & preventive actions are initiated and tracked to closure

The WHAT's of CMMI and HOW's of Six Sigma

CMMI very significantly tells us WHAT to do in a process area. For example in the process area of Quantitative Project Management [QPM], a level 4 Process area, the purpose of QPM is to quantitatively manage the project's defined process to achieve the project's established quality and process performance objectives. And the specific goals of this process area are - SG1. Quantitatively

Manage the project; SG2. Statistically manage the sub-process performance. But CMMI does not tell us how to establish this in projects. Six Sigma shows us HOW this can be achieved through the use of systematic methodology and tools. For the same example stated above, a project can be statistically controlled through the use of Control Charts. Similarly, let's take another example of Risk Management, which is a Level 3 CMMI process area,

The objective is to identify potential problems before they occur so that risk-handling activities can be planned and invoked as needed across the life of the product or project to mitigate adverse impacts on achieving objectives. And the specific goals are – SG1. Prepare for Risk Management, SG2.

Identify and Analyze Risk, SG3. Mitigate Risks. Here again it is evident that Six Sigma can play a major role by showing HOW a tool called Failure Mode Effect Analysis [FMEA] can be used to help achieve the specific goals of Risk Management. The FMEA identifies the potential failure modes and rates



the severity of the effect; it offers an objective evaluation of the occurrence of causes and has the ability to indicate the likelihood of their occurrences. And finally FMEA focuses on eliminating the process and product concerns.

The following table depicts a sample of the process areas where Six sigma can be applied and help organizations enhance their business performance relationships.

WHAT’s of CMMI >>> HOW TO’s of Six Sigma

Requirements Development >>> VOC, Affinity Diagram, QFD, FMEA

Causal Analysis and Resolution >>> Ishikawa Pareto chart, Fish Bone diagram

Quantitative Project Management >>> Control Charts, Trend Charts

Organizational Process Definition >>> SIPOC, Project Charter

Risk Management >>> Failure Mode Effect Analysis (FMEA)

Decision Analysis and Resolution >>> Criteria Based Matrix, Pugh Matrix, QFD

Six Sigma and CMMI help organizations enhance their business performance through

breakthrough improvements in quality and productivity and increase ROI

Aligning DMAIC with CMMI Process Areas

The following table depicts mapping of CMMI Process areas to the DMAIC methodology. The asterix (..) indicates that for a particular Process area the respective DMAIC phase is applicable.

CMMI level	Process Area	Define	Measure	Analyze	Improve	Control
Level 5	Organizational Innivation and Deployment					
	Causal Analyzes and Resolution					
Level 4	Quantitative Project Management					
	Organizational Process Performance					
Level 3	Requirements Development					
	Technical Solution					
	Product Integration					
	Validation					
	Verification					
	Risk Management					
	Integrated Project Management					
	Decision Analyzes and Resolution					
	Organizational Process Definition					
	Organizational Process Focus					
Organizational Training						



Level 2	Requirements Management					
	Project Planning					
	Project Monitoring and Control					
	Measurement and Analyzes					
	Configuration Management					
	Process and Product Quality Assurance					
	Supplier Agreement Management					

Synergy in Benefits

Six Sigma can thus be integrated in the CMMI journey focusing on effective process improvements thus leading to customer delight and healthier bottom lines. Organizations that adopt an integrated approach can:

- Address major performance flaws in requirements and architecture
- Enable continuous process improvements
- Improve on-time delivery and reduce defects
- Employ metric-based decision making for product development
- Empower as a data driven organization
- Enable leadership to realistically set high expectations and demand evidence
- Achieve breakthrough improvements aligning to customer delight
- Help encourage a change in behavior as opposed to ‘achieving a level’
- Reinforce change as a way of life
- Ensure good measurements essential for Six Sigma implementation and CMMI goals
- Use Six Sigma to accelerate CMMI implementation at ALL levels of maturity
- Use the combined [Six Sigma and CMMI] initiative as a tactical engine for high capability and high maturity

Conclusion

In today’s highly competitive environment, it is more crucial than ever for organizations to invest in process improvement to serve their missions, not as an exercise in compliance. Many organizations wisely realize that they don’t have to invent their process improvement effort from scratch: they can leverage existing, demonstrated improvement initiatives and practices. However, they often find themselves in “initiative overload.” Those responsible for rolling out organizational process improvement efforts must design their implementation strategy and tactics so that the multiple initiatives chosen interoperate. Determining what is appropriate requires an understanding of the selected initiatives and their differences, synergies, and connections. While some models can be mapped where one model subsumes the other, CMMI and Six Sigma cannot



because they are different types of models. Their joint deployment is synergistic. The potential value that is added is the accelerated achievement of performance goals, accelerated achievement of CMMI adoption (as a “meta goal” toward performance), stronger foundational measurement and analysis skills to enable better quantification of results, and all of the corresponding culture change that goes along with these improvements [Bergey 07].

References:

- Publications of SEI, Carnegie Mellon University
isixsigma.com
onesixsigma.com
- Chrissis, Mary Beth; Konrad, Mike; & Shrum, Sandy. CMMI: Guidelines for Process Integration and Product Improvement. Boston, MA: Addison-Wesley, 2003.
- Hefner, Rick. “Using Six Sigma to Accelerate CMMI Adoption (and Vice Versa).” Presented at the Software Engineering Process Group Conference, Seattle, WA, March 7-10, 2005.
- Penn, M. Lynn & Sivi, Jeannine. “Integrating CMMI and Six Sigma in Software and Systems Engineering.” Presented at the Software Engineering Process Group Conference, Boston, MA, February 24-27, 2003.
- Bergey, John, et al. Results of SEI Independent Research and Development Projects and Report on Emerging Technologies and Technology Trends, Chapter 5 (CMU/SEI-2004-TR-018). Pittsburgh, PA: Software Engineering Institute, Carnegie Mellon University, 2004.



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Душан Миланов - Центар за кариера и развој

М-р Борјан Ѓорѓиев

СТИЛОТ НА ДОНЕСУВАЊЕ НА ОДЛУКИ КАКО КАРАКТЕРИСТИКА НА ЛИЧНОСТА КОЈА ДАВА ПОНАТАМОШНИ НАСОКИ ЗА РАЗВОЈ НА ЧОВЕЧКИТЕ РЕСУРСИ

Abstract

Man as complex being, which lives, creates and is in constant interaction with other people, occurrence and things, everyday a large amount of questions which need to be answered piles for him. As a subject here, by using Jung personal theory, man as a social-cultural is being considered only from one aspect of view, the way which the man could or is getting to the decisions, which are possible main factors for that kind of reacting, how and in which way that could be used in further development and advancement to his potentials and capacities. Concerning, his proneness for acceptance the stimuli and accordingly to that, his reaction in the environment, and by that decision making or reaction choosing, and so how can this knowledge be used by employees, teachers, professors etc.

Вовед

Во стручната литература често пати се споменува донесувањето на одлуки или решавањето на проблеми како многу важен фактор, не само за успех во работата, туку и во интерперсоналните односи меѓу вработените и решавањето на конфликти. Прашање кое би се наметнувало е зошто овој фактор којшто е неизбежен дел од човековото секојдневно постоење е од толку големо значење како за науката, така и за „обичните“ луѓе? Дали поради различниот поглед на работите, методите коишто ги применува некоја личност во совладување на проблемите што се појавуваат, начинот на однесување во тимот, стилот на раководење со тимот, како се одбира одлука итн. Како и да е, се наметнува еден друг аспект, а тоа е различноста на луѓето во перцепцијата, одлучувањето и реагирањето на надворешната средина, без да се намали вредноста на внатрешните психички процеси кај секоја личност. Човечкото суштество поседува значајни капацитети и резерви и големи потенцијали. (Нескладностите и противречностите во личноста чинат дел од нив). Нив личноста само делумно ги користи и искористува¹.

¹ Гримак Л.П. Резерви на човечката психа, 1987



Сознанието како луѓето ги донесуваат и доаѓаат до одлуките е од огромна важност и е интерес на голем број науки. На пример, добитникот на Нобелова награда за економија во 2002 година, Daniel Kahneman, за тема на својот награден труд ги има одлуките помеѓу алтернативи коишто вклучуваат ризик, односно алтернативи со несигурен резултат.

Клучни зборови: *донесување на одлуки, решавање на проблеми, развој, потенцијали, Јунг*

Личноста како најважен дел од човекот

Човечката личност е организирана и составена од огромен број на компоненти, повеќе области и неколку потсистеми и слоеви². Претставува уникатен склоп на црти, вредности, мотиви, ставови, способности итн., меѓутоа само одреден дел од овие компоненти ја создаваат сржта или јадрото на личноста. Тие компоненти ги нарекуваме базични или централни компоненти. Местото на компонентите во структурата на личноста и степенот на нивната акцентираност може да се менува во текот на животниот пат, структурата на личноста не е постојана, во текот на животниот пат се реструктурира многу пати. Во личноста постојат голем број на несогласувања и противречности, на пример, постојат противречности во односите на личноста кон одредена друга личност или кон одредена социјална улога. Според К. Г. Јунг, интровертната личност е латентен екстреверт, а во секоја личност паралелно постојат „анимус“ и „анима“.

Во психологијата се укажува на неколку основни чинители во изградувањето, менувањето и развојот на личноста: наследниот материјал – гените, организмот, контекстот, активноста на личноста и самата личност. Секој од овие чинители претставува неразделив дел од функционирањето и развојот на личноста.

Треба да се имаат предвид некои податоци за човечката личност, а коишто се однесуваат на изградувањето, менувањето и развојот на личноста, вклучувајќи ги и таквите добиени со лонгитудинални истражувања (Ананјев, 1987; Анциферова, 1981; Brinthaup and Lipka, 1994; Кон, 1987, 1988; Healherton and Weiniberger, 1994):

- личноста не се раѓа, таа е систем кој се изградува, менува и развива во текот на животниот пат;
- можат да се менуваат не само поведението, функционирањето и состојбите на индивидуата, туку и својствата и структурата на личноста;
- разни својства, одлики и функции на личноста, како и области и аспекти на поведението не се менуваат на ист начин и во еднаков степен;
- постојат големи интериндивидуални разлики во изградувањето, менувањето и развојот;

² Благоја Јанакон, Личноста во контекст - „Дијалог“, стр.160, 1994 г.



- изградувањето, развојот, менувањето и постојаноста на личноста не можат да се објаснат доколку не се земе предвид организмот со неговата генетска програма и контекстот во кој личноста суштествува;
- личноста се менува во текот на целиот животен век, во сите негови периоди;
- постои внатрешна, од личноста одредена логика на изградувањето, развојот и (не) менувањето на личноста;
- иако во текот на животниот пат се случуваат бројни промени, постојат точки на пресврт, личноста суштествува во континуитет; таа се менува, но останува своја³.

Иако постојат многу дефиниции за тоа што е личноста, повеќето дефиниции имаат некои заеднички одлики, а тоа се индивидуалноста и единственоста. Олпорт ја дава следната дефиниција за тоа што претставува личноста:

„Личноста е динамичка организација на оние психофизички системи во индивидуата кои го одредуваат нејзиното карактерно однесување и нејзиниот карактеристичен начин на размислување“⁴.

„Склоп и развој на личноста“ - Олпорт, 1969 г.

Една од најважните одлики на личноста е нејзината индивидуалност, не постојат две наполно исти личности. Со овој факт не се негира дека секоја личност има сличности со некои други (членовите на семејството, личностите од иста возраст, пријателите, колегите, сонародниците итн.) и со сите други личности⁵. Во однос на индивидуалните разлики, односно сличности, постојат две области во психологијата: диференцијална психологија и типологија. Овие две области претставуваат само делумен пристап кон индивидуалноста. Типологот, како и диференцијалниот психолог е незадоволен со она „што е заедничко за еден имбецил и Аристотел“⁶.

Карл Густав Јунг за личноста

Можеби најистакната и најспецифична одлика на Јунговиот поглед на личност е дека ги комбинира телеологијата и каузалноста. Човековото однесување не е условено само од индивидуалната и расна⁷ историја (каузалност), туку и од аспирациите и целите (телеологија). И минатото како актуелност, но и иднината како потенцијал, управуваат со човековото моментално однесување⁸.

³ Благоја Јанакон, Личноста во контекст - „Дијалог“, стр.160, 1994 г.

⁴ Сулејман Хрњица, Општа психологија со психологија на личноста, стр.108, 2000 г.

⁵ Благоја Јанакон, Личноста во контекст - „Дијалог“, стр.157, 1994 г.

⁶ Gordon V. Olport, Sklop I razvoj licnosti, стр. 29, 1969

⁷ Објаснување: се мисли на човековата раса низ историјата како вид којшто еволуирал

⁸ Hol and Lindzi, Teorije licnosti, стр.124, 1978 г.



Во својата теорија Јунг ја дели личноста на три дела: **а) его**, коешто го идентификува со свесниот ум, **б) лично несвесно**, коешто вклучува сè што моментално не е во полето на свесноста, но може да биде, **в) колективно несвесно**, овој дел од психата на личноста е оној што го издвојува Јунг од сите други психолози, може уште и да се нарече „психолошко наследство“. Претставува резервоар на нашите искуства како вид на знаење со кое сите се раѓаме и за кое никогаш не можеме директно да бидеме свесни. Колективното несвесно влијае на секое наше искуство и однесување, особено на емоционалните, но за неговото влијание знаеме само индиректно гледајќи ги неговите влијанија. Содржината на колективното несвесно е претставена преку архетипови или примордијални слики, архетиповите претставуваат ненаучена тенденција да ги доживуваме работите на одреден начин. На кратко, еве некои од архетиповите во теоријата на Јунг: **сенка**, овде се прикажани животинските инстинкти и сексот, тоа е темната страна на егото, злото за кое сме способни, но таа е аморална, исто како и животните; **персона** е лицето коешто го презентираме пред јавноста, таа би претставувала само „добра импресија“ која што сите сакаме да ја оставиме соодветно на социјалните улоги коишто ги имаме и барањата што ги поставува општеството во однос на тие социјални улоги; **анима** и **анимус**, еден дел од персоната е и улогата на машко или женско, којашто мора да ја играме. За повеќето луѓе улогата е предетерминирана со физичкиот пол што го имаат, но Јунг (и некои други психолози) смета дека луѓето по природа се бисексуални. **Анима** е женскиот аспект што постои во колективното несвесно на машкото, а **анимус** е машкиот аспект што постои во колективното несвесно кај женското. Заедно, се однесуваат како *syzygy* (вид на единство, кое се постигнува преку координација и подредување); најважен архетип е **Јаството**, овој архетип во себе ги содржи сите други архетипови и тие орбитаат околу него, ја претставува трансценденцијата на сите спротивности, така што сите аспекти на нашата личност би биле еднакво изразени. Тој претставува врвно единство на личноста, тоталитет на целата психа. Други архетипови за кои зборува Јунг се: мајка, мана, татко, семејство, дете, херој, девојка, измамник, бог, хермафродит, животно итн⁹.

За да се сфати динамиката на психата во теоријата на Јунг е потребно да се нагласат принципите по коишто се одвива оваа динамика. Според Јунг, постојат три принципи според кои се таа се одвива, принципот на спротивност, на еквивалентност и на ентропија.

⁹Миланов Душан, Дипломска работа, „Поврзаност меѓу функции на личноста според Јунг и работен морал кај менаџери“, 2008 г.



Главна карактеристика на Јунговата психологија е тенденцијата на личноста да се развива во смисла на стабилно единство. Развојот претставува отворање и развивање на изворните недиференцирани целини со кои се родени луѓето. За да се развие здрава и интегрирана личност, на секој систем мора да му биде овозможено да го постигне најпотполниот степен на диференцијација, развој и на изразување.

Јунг првата поделба на личноста ја прави во две генерални категории, што ги нарекува **интровертност** и **екстровертност**. Оваа поделба ја прави во однос на личносната ориентација кон објектот. Според Јунг, Егото или Јас, има четири неразделни функции, четири различни фундаментални начини за забележување и интерпретирање на реалноста, и два начина на реагирање на неа. Тие четири начини на интерпретирање на реалноста се четирите функции на егото: осетливост, мислење, чувствување и интуиција. Овие функции се состојат од два дијаметрално спротивставени парови, мислењето е спротивно на чувствувањето, и осетливоста е спротивна на интуицијата. Така, според Јунг, ако личноста поседува високоразвиена функција на мислење (аналитичен, со „глава“ насочен начин на гледање на светот), функцијата на чувствување (емпатичен, на вредности базиран, односно со „срце“ начин на гледање на светот) како нејзина спротивност, ќе биде соодветно неразвиена и во суштина потисната. Истото се однесува на осетливост и интуиција, осетливоста е насочена кон надворешната физичка реалност, а интуицијата кон внатре, кон психичката реалност. Секоја од овие функции е различно претставена кај интровертните, односно екстровертните. Но, во целина една од функциите е доминантна, свесна и најмногу развиена, Јунг ја нарекува оваа функција супериорна. Најчесто, една од останатите три функции е длабоко несвесна и помалку развиена, оваа функција Јунг ја нарекува инфериорна¹⁰.

Мислење и чувствување се алтернативни начини за формирање на судови и создавање на решенија, тие претставуваат рационални функции. Мислењето е во врска со објективната вистина, расудување и објективна анализа. Луѓето кај коишто доминира мислењето како функција се многу добри планери; како и да е, тие тежнеат да се држат до своите планови и апстрактни теории дури и кога ќе се судрат со нов и контрадикторен доказ. Чувствувањето е фокусирано на вредноста. Може да вклучи судови, добро наспроти лошо и исправно наспроти погрешно (како спротивност на донесувањето на решенија кои се во согласност со критериумот на логика или ефикасност, како кај мислењето).

Интуицијата е начин на сфаќање на перцепциите во вид на можности, минато искуство, идни цели и несвесни процеси. Импликациите од

¹⁰ C. G. Jung, Gerhard Adler, и R. F.C. Hull, Psychological Types (Collected Works of C.G. Jung Vol.6), 1976



искуството им се многу поважни на интуитивците отколку самото искуство. Силно интуитивните луѓе толку често им додаваат значења на нивните перцепции што не можат да ги одделат нивните интерпретации од сировите сензорни податоци. Интуитивците брзо ги интегрираат новите податоци, автоматски поврзувајќи го минатото искуство и релевантните информации со непосредното искуство. Бидејќи често вклучува несвесен материјал, интуитивното мислење изгледа тече со скокови¹¹.

За жал, никој не ги развива сите четири функции еднакво добро. Секоја индивидуа има доминантна функција и една делумно развиена, помошна функција. Другите две функции главно се несвесни и работат со значајно помала ефективност. Колку се поразвиени и посвесни доминантната и помошната функција, толку се понесвесни нивните спротивни функции.

Насоки за развивање на човечките ресурси

Типот на функција кај една личност што е доминантен ги покажува нејзините јаки страни и слабости и видот на активност што таа личност го преферира. Гледано во организациски контекст, комбинацијата на осетливост со мислење одговара за професија техничар, осетливост со чувствителност одговара за професија наставник, интуиција со мислење за професија планер и интуиција со чувствителност за професија артист. Јунговата типологија е особено корисна за разбирање на социјалните врски; таа опишува како луѓето сфаќаат на различни начини и употребуваат различни критериуми во создавањето на судови.

Во менаџерската литература која се заснова на типологијата на личност, според Јунг произлегуваат 4 стилови на одлучување кои произлегуваат од функциите на личноста во неговата теоријата: осетливост, мислење, чувствување и интуиција. Гледајќи ги овие функции како стилови на одлучување, осетливост значи дека се настојува да се решат проблемите на стандарден начин, мислење значи да се биде неемоционален, да се исклучат емоциите, да се разгледаат сите можни опции и со интелектуален приод да се разреши еден проблем, интуиција значи поголемо потпирање на претчувствата, спонтаност и отвореност во рedefинирање на проблемите сè додека тие не се разрешат, чувствителност значи да се поседува емпатија, за другите, тенденција за добро однесување кон другите, воедно голема грижа и внимание се посветува на развивање на хармонични и пријателски работни односи при решавање на проблеми. За определување на стилот на одлучување, алатка која се користи, е МБТИ (Myers Briggs Type Indi-

¹¹ C. G. Jung, Gerhard Adler, и R. F.C. Hull, Psychological Types (Collected Works of C.G. Jung Vol.6), 1976



cator), што се базира на Јунговата типологија на личност и претставува најупотребуван тест за проценка на личноста во светот¹², се користи и во академски и во компаниски/организациски цели. Во САД секоја година овој тест го користат околу 2 милиони испитаници.

Високата релијабилност и валидност на овој инструмент е докажана во голем број на студии. Резултатите од овие студии подетално се интерпретирани во “Building People, Building Programs“ (chapter 7) by Gordon Lawrence and Charles Martin (CAPT 2001).

Кај МБТИ, тестот за проценка, постојат четири дихотомни поделби. Екстровеизија – интроверзија, се однесува на тоа како преферираме да биде насочено нашето внимание и од каде ја црпиме енергијата; осетливост – интуиција, како преферираме да ги добиваме информациите; мислење – чувствителност, како ги донесуваме одлуките; судење – забележување, како се справуваме со надворешниот свет¹³.

Кои би биле придобивките од знаењето на кој тип му припаѓаме според оваа поделба? Како одговор на ова прашање би ги набројал некои од најважните карактеристики за секоја од функциите, а со тоа би се имало увид во некои од нивните најзначајни одлики како личност.

Екстроверти: преферираат акција пред размислување, приспособени се на надворешниот свет, преферираат да комуницираат со зборување, најдобро учат преку работа или дискусија, се социјабилни и експресивни, уживаат да работат во група.

Интроверти: преферираат размислување пред акција, приспособени се на внатрешниот свет, преферираат да комуницираат со пишување, најдобро учат преку ментална вежба и размислување, повлечени, уживаат да работат сами или во парови.

Осетливост: ја нагласуваат прагматичноста, преферираат факти и детали, ориентирани се кон моменталната реалност, го ценат реализмот, набљудуваат и ги паметат деталите преку петте сетила, внимателно и темелно доаѓаат до заклучоци, му веруваат на искуството.

Интуиција: ја нагласуваат теоријата, преферираат генерални концепти, ориентирани се кон идни можности, ја ценат имагинацијата, гледаат насоки и модели во специфични податоци, го употребуваат „шестото“ сетило, брзо доаѓаат до заклучоци, го следат претчувството, ѝ веруваат на инспирацијата.

Мислење: аналитични, употребуваат причинско - последично резонирање, решаваат проблеми по логика, се стремат кон објективен стандард за вистина, разумни, бараат мани во дискусија, правични – сакаат сите да бидат третираны еднакво.

¹² Goby, V. P. & Lewis, J. H. .Using experiential learning theory and the Myers-Briggs Type Indicator in teaching business communication. Business Communication Quarterly, 63 (3), стр. 39-48, 2000

¹³ Myer-Briggs Personality Type Personality Type Indicator – MBTI ®Career Enhancement Committee Kathy Prem University of Wisconsin-Madison



Чувствување: емпатични, водени од сопствените вредности, го проценуваат влијанието на одлуката врз луѓето, се стремат кон хармонија и позитивни интеракции, сочувствителни, бараат точка на сложување во дискусија, правични – сакаат сите да бидат третирани како индивидуи.

Судење: организирани, се стремат да завршат една задача пред да започнат друга, сакаат да имаат одлука за работите, се обидуваат да го избегнат стресот за „во последна минута“ завршување на работите, добро ги завршуваат задачите пред крајниот рок, се обидуваат да ги избегнат изненадувањата, ги гледаат рутините како ефективни.

Забележување: спонтани и флексибилни, започнуваат многу задачи, но може да имаат проблеми со нивно завршување, сакаат работите да бидат полабави и отворени за промена, се чувствуваат поенергични под притисок на краен рок, ги завршуваат задачите во крајниот рок, уживаат во изненадувања, гледаат на рутините како ограничувачки¹⁴.

Според МБТИ, постојат 16 типа на личност и соодветни професии во однос на типот на личност:

Слика 1.¹⁵

ИОМС Менаџмент Администрација Судски извршител Сметководство	ИОЧС Образование Здравствена заштита Религија	ИНМС Религија Советување Подучување Уметност	ИНЧС Научни или технички области Компјутери Право
ИОМЗ Трговија Технички области Земјоделе Судски извршител Војска	ИОЧЗ Здравствена заштита Бизнис Судски извршител	ИНМЗ Советување Пишување Уметност	ИНЧЗ Научни или технички области
ЕОМЗ Маркетинг Трговија Бизнис Судски извршител Апликативна технологија	ЕОЧЗ Здравствена заштита Подучување Тренирање Грижа за деца Трговија	ЕНМЗ Религија Советување Подучување Уметност	ЕНЧЗ Наука Менаџмент Технологија Уметност
ЕОМС Менаџмент Администрација Судски извршител	ЕОЧС Здравствена заштита Подучување Религија	ЕНМС Религија Подучување Уметност	ЕНЧС Менаџмент Лидерство

¹⁴ Myers, with Kirby & Myers, “Introduction to Type“, 1998

¹⁵ A.L. Hammer, “Introduction to Type and Careers“, Consulting Psychologists Press, 1993



Каде што: И - интровертност, Е - екстровеитност, О - осетливост, Н - интуиција, М - мислење, Ч - чувствување, С - судење, З - забележување.

Како насока за подобрување на комуникацијата меѓу спротивставени парови, на пример меѓу интроверт – екстровеит, доколку сте екстровеит којшто зборува со интроверт, намалете го нивото на енергија при зборувањето, никогаш не навлегувајте во тишината на интровертот. Доколку сте интроверт кој што зборува со екстровеит, подигнете го нивото на енергија при зборувањето, одржувајте контакт со очите и поставувајте прашања за да го одржите разговорот¹⁶.

Поделба којашто може да се направи е по парови на функции и донесување на одлуки:

Слика 2.¹⁷

	ОМ	НМ	ОЧ	НМ
Внатрешни склоности (како се примаат и користат информациите)	Специфични факти (може да ги игнорираат шаблоните)	Систематични шаблони (може да ги игнорираат специфичностите коишто се разликуваат од моделот)	Мислењето на другите луѓе (може да ги игнорираат материјалните податоци)	Симболи, слики и метафори (може да ги игнорираат практичните податоци)
Надворешни склоности (основа за креирање на алтернативи)	Модели на решавање на проблеми коишто биле успешни во минатото	Податоци коишто го потврдуваат нивниот концептуален шаблон	Мислења кои што се поддржани од важни луѓе	Аналогии и нови идеи
Операционална склоност (основа за решенија)	Правилност, структурираност и во склад со стандардната пракса	Логичка категоризација базирана на нивниот концептуален шаблон	Што сакаат и за што имаат потреба луѓето во одредена ситуација	Асоцијации од слично искуство или нивна визија за иднината

ОМ - осеќање/мислење, НМ - интуиција/мислење,

ОЧ - осетливост/чувствување, НМ - интуиција/мислење

Истражување

Истражувањето е спроведено во 2008 година, во Штип, на пригоден примерок од 34 испитаници, од коишто 24 (76%) се врвни менаџери, додека останатите 10 (24%) се наоѓаат во други сектори како што се: продажба, развој итн.

¹⁶ Shoya Zichy, Ann Bidou, “Career match“, стр. 246, 2007

¹⁷ Mike Brennan and Jim Wesser, “MBTI in organizations and career report“, 2009



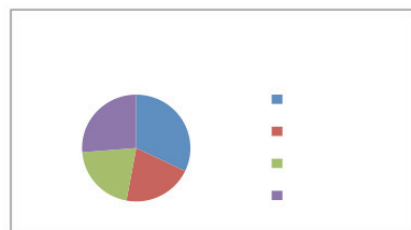
Од менаџерите - 79%, односно 27 се вработени во текстилната индустрија во Штип, останатите 21%, односно 7 испитаници се од други дејности со работно место во Штип. Во однос на полот, 55,9% или 19 испитаници се од машки пол, 44,1% или 15 испитаници се од женски пол.

Според образованието коешто го имаат испитаниците, поделени се во 4 категории:



- средно образование - 8 испитаници;
- вишо образование - 7 испитаници;
- високо образование - 18 испитаници и
- магистерски студии - 1 испитаник.

Според работното искуство коешто го имаат испитаниците, поделени се во 4 категории:



- до 10 години - 11 испитаници;
- од 10 до 20 години - 7 испитаници;
- од 20 до 30 години - 7 испитаници и
- над 30 години - 9 испитаници.

Мерни инструменти

Во ова истражување се употребени два мерни инструмента. За мерење на функциите на личноста според Јунг: мислење, чувствување, осетливост и интуиција беше применет прашалник за функции на личноста на Јунг во скратена верзија, според Kreitner, R. & Kinicki, A. (1992). *Organizational Behavior, IRWIN*, додека работниот морал е мерен со прашалник за работен морал преземен од бихејвиористот Milton R. Blood, според Kreitner, R. & Kinicki, A. (1992). *Organizational Behavior, IRWIN*. Во овој труд нема потреба да ја разгледуваме работниот морал, така што воопшто нема да се задржуваме на прашалникот и резултатите добиени од него.

Прашалникот за функции на личноста според Јунг се состои од 16 искази, одговорите се со заокружување на една од понудените две опции. Во зависност од одговорот на прашањето се бодува соодветната функција за тоа прашање во клучот од прашалникот. Максималниот скор за секоја од функциите е 8 поени, а минималниот 0. Скоровите на секој



испитаник се добиени со сумирање на сите соодветни одговори на секоја од субскалите во клучот на прашалникот.

При прегледот на резултатите од истражувањето се утврдени следниве стилови на одлучување: во 9 случаи, парот Н/М; во 3 случаи, парот Н/Ч; во 8 случаи, парот О/М и во 2 случаи, парот О/Ч. Овој резултат за интуиција/мислење кај менаџери е во склад со истражувањето спроведено од Ashridge business school во Велика Британија, во коешто е забележано дека околу 80% од испитаниците имаат доминантна функција мислење, додека функцијата интуиција е многу избалансирано распоредена, околу 50% од популацијата на испитаниците, а самата функција интуиција во генералната популација е застапена со околу 30%. Во едно друго нивно истражување е утврдено дека парот И/М се самоселектира за работа во менаџментот. Сепак, тие заклучуваат дека постојат одредени типови со поголема застапеност во менаџментот, (според прашалникот МБТИ, кој се базира на типологијата на личноста според Јунг, постојат 16 типови на личности), како на пример: ЕНМС, ЕОМС, ИОМС и ИНМС¹⁸.

Заклучок

„Луѓето не ги доведуваат во заблуда работите, туку погледот кон работите“

Донесувањето на одлука само по себе претставува комплексна област и затоа голем број на науки ги интригира како се одвива овој процес, поради кои причини и кои сè фактори влијаат во донесувањето на една или повеќе одлуки.

Вредноста од користењето на тестовите и профилирањето на типовите на личност во една организација, како и работењето со човечки ресурси е многукратна. Најпрвин се зголемува свесноста за себеси, се намалува дефанзивноста, се зголемува отвореноста од добивањето на фидбек, се зголемува свесноста за постоење разлики меѓу луѓето и почитувањето на тие разлики, конструктивност, подобрување на комуникацијата итн.

Може само да се додадат некои од придобивките од одредувањето на кој тип одредена личност припаѓа. Слични типови на личности во тим: членовите на тимот подобро ќе комуницираат; ќе доаѓаат до решенија брзо, со што е можно да прават грешки, бидејќи не ги земаат предвид сите гледишта; може да ги пропуштат придобивките од имањето на членови од друг тип. Со различни типови во тим подолго ќе се воспоставува комуникација меѓу членовите на тимот, помалку е веројатно дека ќе пропуштат некои можности и детали, подолго ќе им треба за да постигнат консензус.

¹⁸ IBE / Management Today, 2005



Кај сите луѓе процесот на донесување на одлука се одвива на еден генерално ист начин, како прво се прибираат податоците, потоа ги анализираме внесените податоци и можните импликации од нив и на крајот донесуваме одлука. Сите луѓе, меѓутоа, не ги гледаат или забележуваат истите работи, односно не ги примаат истите информации. Исто така и не посветуваат еднакво внимание на перцепцијата и на донесувањето на одлука. Значи не станува збор дека луѓето се ставаат во одредени категории или типови, туку дека имаат склоност или претпочитаат да ги забележуваат работите на одреден начин и дека на одреден начин ќе дојдат до сопствената одлука, токму во тоа се состои теоријата на Јунг за склопот на личноста, функциите коишто таа ги поседува, како и ориентираноста кон надворешниот или внатрешниот свет. Резултатите коишто се добиени од голем број на истражувања, што го користат како инструмент МБТИ, само ја потврдуваат теориската основа поставена од Јунг.

Потребно е уште и да се нагласи дека одлуките не се донесуваат изолирано, сите сме под влијание на структурни влијанија, од социјалните и културолошки групи на коишто им припаѓаме, од социјалната класа на која ѝ припаѓаме, полот, етничката група и од карактеристиките на локалната заедница во којашто живееме.

Користена литература

- Гримак Л.П. Резерви на човечката психа, 1987 г.
Благоја Јанаков, „Личноста во контекст“ - Дијалог, 1994 г.
Сулејман Хрњица, Општа психологија со психологија на личноста, 2000 г.
Gordon V. Olport, “Sklop I razvoj licnosti“, 1969
Hol and Lindzi, “Teorije licnosti“, 1978
Миланов Душан, Дипломска работа, „Поврзаност меѓу функции на личноста според Јунг и работен морал кај менаџери“, 2008 г.
C. G. Jung, Gerhard Adler, и R. F.C. Hull, “Psychological Types“ (Collected Works of C.G. Jung Vol.6), 1976
Goby, V. P. & Lewis, J. H. “Using experiential learning theory and the Myers-Briggs Type Indicator in teaching business communication“. Business Communication Quarterly, 63 (3), 2000
Myer-Briggs Personality Type Personality Type Indicator – MBTI ®Career Enhancement Committee Kathy Prem University of Wisconsin-Madison
Myers, with Kirby & Myers, “Introduction to Type“, 1998
A.L. Hammer, “Introduction to Type and Careers“, Consulting Psychologists Press, 1993
Shoya Zichy, Ann Bidou, “Career match“, 2007
Mike Brennan and Jim Wesser, “MBTI in organizations and career report“, 2009
IBE / Management Today, 2005



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Љубица Стефановска, м-р Елизабета Митрева

ПРОЕКТИРАЊЕ НА СИСТЕМ НА МОТИВАЦИЈА - НЕЖНОСТ ВО ОСТВАРУВАЊЕ НА СТРАТЕГИЈАТА И ЦЕЛИТЕ НА КОМПАНИИТЕ

Апстракт

Врз успешноста на нашите компании во голема мера влијае мотивацијата на вработените. Високата продуктивност на светските компании се должи на добро изграден систем на мотивација, што овозможува вработените да бидат мотивирани за брзо да се приспособат на промените што настануваат на глобален пазар. Нашите менаџери кои се борат со драматичниот пораст на сложените технолошки, организациски и социјални проблеми, тешко можат да ги сфатат модерните трендови во развојот на менаџмент-системот, темелен на добро проектиран систем на мотивација на вработените.

Тензијата во нашите компании е присутна насекаде, условите за живеење стануваат сè потешки, работата не претставува задоволство како некогаш. Новиот пристап во проектирањето на добар менаџмент систем, значи драстична промена во однесувањето на вработените, радикални промени во организациската поставеност, јасно дефинирање на правата, обврските и одговорноста на секој поединец, како и проектирање и имплементирање на добар систем на мотивација. Во овој труд е дадена методологија за проектирање на добар систем за мотивација, која може да се имплементира во нашите компании. Системот на мотивација треба да овозможи стратегијата и целите на компанијата да се реализираат на задоволство на сите вработени.

Клучни зборови: *глобален пазар, менаџмент систем, мотивација, мотивацион систем, вработени, системи за мерење на перформансите*

Вовед

Мотивацијата е клучен фактор за развојот на една компанија. Таа е голем предизвик за истражување и бара познавање од многу области, не само од менаџментот. Изведбата или перформансот како друг клучен фактор во една компанија е директно поврзан со мотивацијата. Профитот зависи од мотивацијата на вработените, а со тоа и самата иднина и напредокот на компанијата. За мотивацијата се одговорни менаџерите од сите нивоа во хиерархијата, но топ менаџментот ја носи најголемата одговорност. Самата мотивација како предмет содржи повеќе принципи



кои мора да се научат и развиваат, да се адаптираат на условите и природата на компанијата, за да се постигне саканата и поставената цел.

Значење на мотивациските системи

Мотивирањето на вработените мора да биде еден од најголемите предизвици на топ менаџментот. Постојаниот притисок врз вработените за подобрување и зголемување на продуктивноста, профитабилноста и растот на приходите често може да ја засени важноста на тоа како неангажираната работна сила може негативно да влијае на деловните резултати на компанијата. Додека одредени вработени работат и се максимално продуктивни, зависно од мотивот што го имаат, останатите имаат потреба од привремен поттик на мотивација за работа. Доколку овој поттик на мотивација се појавува почесто или барем се користи ефективно, резултатот може да биде - висока продуктивност и зголемен морал.

Одржувањето на нивото на мотивација кај вработените е клучот за успех на дадена компанија. Еден од најважните аспекти на кој топ менаџментот мора да се концентрира е наоѓање начини како да ги мотивира и поттикне вработените, со цел да има искористување на нивниот целосен потенцијал.

Голем број на луѓе се со ставот дека успехот на една компанија се мери преку нејзиниот профит. Меѓутоа, ова размислување денес е променето, профитот е важен, но не и најважен. За една компанија, вработените се столб кој одлучува и кој влијание врз нејзиниот одржлив развој. *Мотивацијата и системите на наградување се проектираат во поголем дел од компаниите, но тие ретко се идентични, бидејќи зависат од природата на компанијата, структурата на вработени и умешноста и капацитетот на топ менаџментот.* Мотивацијата и системите за наградување се битен потсистем во системот на квалитет.

Работата на еден менаџер на работното место е да ги извршува задачите на компанијата преку вработените. За да го изведе ова, треба да е способен да ги мотивира вработените. Ова е лесно да се каже, а многу тешко да се изведе, бидејќи во прашање е човечки фактор. Нашата практика и научните достигнувања покажаа дека оваа тема е тешко разбрана, недоволно истражувана и многу специфична. За да се разбере мотивацијата мора да се разбере пред сè човечката природа, каде се крие и главниот проблем. Човечката природа може да биде многу едноставна, но и многу комплицирана. Разбирањето и вреднувањето на човечката природа е предуслов за градење на ефективен систем на мотивација на вработените на работното место, а со тоа и ефективен менаџмент и лидерство.



Зошто да се учат и применуваат принципите на мотивација?

Мотивацијата не може да се стандардизира, бидејќи секој вработен е нестандардизирана индивидуа. Кондо [9] вели дека е тешко да се пресади јапонскиот менаџмент стил во други земји со различни култури. Потребен е голем труд, време и креативност да се применат искуствата од развиените земји кај нас, поради нашата национална култура, традиција и карактерот на луѓето. Од друга страна, постојат некои заеднички, општоприфатени човечки фактори кои претставуваат основа за мотивација за работа. Мотивацијата е привлечност, а не присилба во правец на остварување на целта. Очекувањата на вработените постојано растат без разлика на постигнатите резултати на организацијата. Со цел вработените да ги усогласат своите очекувања со резултатите на организацијата, неопходно е да се во тек со нејзините цели и да бидат ангажирани за реализацијата на истите. Истражувањата и набљудувањата покажуваат дека добро мотивираните вработени се попродуктивни и креативни, за разлика од оние кои не се. Шематскиот приказ подолу (сл.1) го индицира потенцијалниот придонес од практичната апликација на принципите на мотивација кои влијаат во намалувањето на обемот на работа во компанијата.



Сл. 1: Операциски предизвик во менаџирањето на една компанија

(Извор: Deloitte & Touch USA LLP1)

Мотивацијата е клуч за подобрување на перформансите. Делувањето од позиција на сила или уцена доведува до некавалитетни производи/услуги, лоши деловни резултати, како и незадоволни купувачи/корисници.

Дали луѓето се раѓаат со самомотивација?

Доколку луѓето не се раѓаат со самомотивација, можат да бидат мотивирани, токму поради тоа што мотивацијата претставува вештина, што може, а и треба да се учи. Континуираното образование на вработените е клучно за успехот и опстанокот на кој било бизнис.



Изведбата, перформансот, се смета и претставува функција од способноста и мотивацијата.

Перформанс (изведба) = f (способност)*(мотивација)

При креирањето на деловната политика на компанијата, стратегискиот менаџмент во дефинирањето на стратегијата и целите може да прифати една од основните, општоприфатени стратегии за мотивација²:

1. позитивно зајакнување / високи очекувања;
2. ефективна дисциплина и казна;
3. фер однос со сите вработени;
4. задоволување на потребите на вработените;
5. поставување цели поврзани со работата;
6. реструктурирање на работните места;
7. базирање на наградувањата врз основа на работната изведба.

Секоја компанија изборот може да го приспособи согласно со организациската поставеност, видот на работните места, структурата на вработени, како и очекуваната и проектирана состојба. Во принцип, ова е поради постоењето на празнина помеѓу моменталната состојба на вработените и некоја нивна, посакувана или очекувана состојба, така што менаџерот се обидува да ја пополни истата [10,11,12].

Мотивацијата е начин за намалување на манипулацијата на оваа празнина. На ваков начин се влијае врз вработените, сè со цел да се постигнат целите поставени од топ менаџментот. Овие цели, како и мотивацискиот систем, мора да се приспособени на деловната политика на компанијата.

Зошто ни се неопходни системите за мотивација?

Користа и употребата на мотивациските системи е голема и широка. Сè уште постои дилемата: зошто се користат, како се користат, каде се користат и кој ги проектира и имплементира?

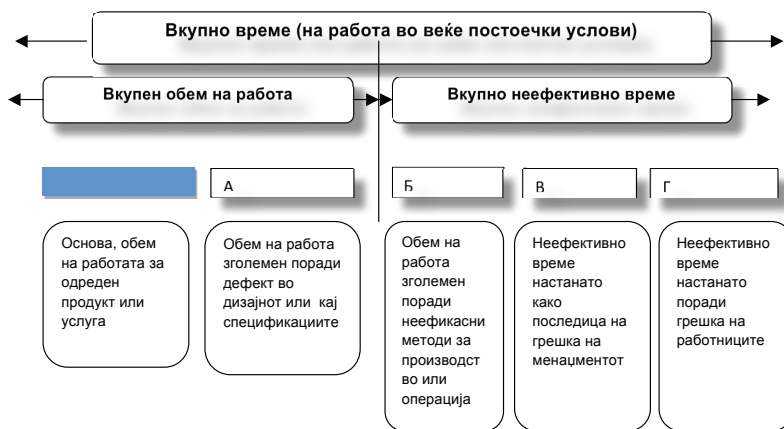
Мотивациските системи се креирани на тој начин што вработените преку извршувањето на својата работа учат како да бидат посполнети, а мотивацијата е таа што им го нуди тоа. Исполнетоста е еден од клучните фактори за подигање на нивото на задоволство на вработените.

Топ менаџментот треба да го најде патот кон остварување на поголема продуктивност и ефикасност во деловното работење. Тоа ќе го оствари преку:

- олеснување и поедноставување на работата;
- поефикасно работење, намалување на неефективното време;
- награда за добро извршена работа;
- безбедност во работата и воведување на други содржини за намалување на монотонијата при работа.



На слика 2 е дадена оптимизацијата на деловните процеси преку оптимизација на работното време на вработените. Трошоците на квалитет настанати како резултат на грешки, пропусти, дефекти, во голем дел се должат на неефективното време настанато поради грешки, слабости, пропусти на вработените, неефективното време настанато како последица на грешка на менаџментот и времето потрошено поради погрешните методи и техники за бездефектно работење.



Сл. 2: Мотивација на вработените, организациска средина и продуктивност

Со тек на времето, со примена на наведените чекори, се очекува да дојде до подобрување во областите А, Б, В и Г, како и до оптимизација на деловните процеси.

Треба да се земе предвид и добрата ергономија, која го намалува неискористеното време и труд, комуникацијата со вработените која е од големо значење. Мотивациските системи мора да се проектираат спрема структурата и природата на компанијата.

Едно од најопширните истражувања, во врска со мотивацијата на вработените, се одвивало во Гасната компанија Минеаполис, во кое учествувале 31.000 мажи и 13.000 жени. Тема на истражувањето биле желбите и потребите на вработените. Рангирањата на различните фактори минимално се разликувале помеѓу мажите и жените, но и двете групи ја сметале сигурноста на работа како највисоко рангиран фактор.

По него следуваат:

- унапредување;
- вид на работа;
- интересот на компанијата и нејзиниот рејтинг.



Изненадувачки било тоа што факторите: плата, добивки и работни услови се ниско рангирани и од двете групи. Наспроти верувањето и мислењето дека парите се примарен мотив, се покажало обратно. Се разбира, ова не треба да претставува поттик или причина, вработените да се плаќаат помалку.

Наоди и резултати од истражувањата

Состојбата со нашите компании е различна. Улогата на парите во мотивацијата е голема. Парите се посебно влијателни врз мотивацијата кога луѓето се сиромашни, бидејќи тие се неопходни за задоволување на основните потреби за храна, облека и сè она што е неопходно за опстанок.

Нашите истражувања во 151 македонски компании во поглед на тоа како компаниите ги мотивираат вработените да работат поквалитетно и повеќе се добиени следниве податоци:

- 120 од испитаниците одговорија дека тие ги мотивираат вработените со поголема плата;
- 15 од нив ги мотивираат вработените со добивање бонуси;
- 10 од нив, со повисоко место во хиерархијата;
- 6 од нив ги мотивираат вработените со: јавни признанија, непарични бенефиции, квалитет на работното опкружување и др.

Во сите стопански гранки зголемувањето на платите е клучен мотив.

Мотивирањето со бонуси е присутно најповеќе во компаниите кои се занимаваат со услужни дејности, преработувачката индустријата, трговијата на големо и трговијата на мало и земјоделството, но како мотив е непозната во градежништвото и транспортот. Повисоко место во хиерархија се практикува во услужните дејности (компаниии кои се занимаваат со финансиска дејност и дејности на осигурување), како и потребата од јавни признанија. Во земјоделството, преработувачката индустрија и градежништвото, образовната структурата на вработените е таква да голем процент припаѓа на КВ и ВКВ работници кои не добиваат бонуси и јавни признанија, не се мотивирани за иновации, а и не се практикува обука за стекнување на дополнителни знаења.

Кондо [9] смета дека со порастот на стандардот се менува и стилот на животот на луѓето, а со тоа и улогата на парите се намалува. Тој го поставува прашањето: дали единствена смисла на животот е да се прават пари? Тоа за него е еден начин да се разгледуваат нештата, но постои и друг, бидејќи искуството со Јапонците покажало дека постојат многу други награди, покрај парите кои ги мотивираат вработените да работат добро.



Неопходноста од градење на добар систем на квалитет и примена на TQM стратегијата во нашите компании [1] ќе се реализира само преку градење на систем на мотивација, како составен дел од куката на квалитет, а тоа ќе значи: севкупност од мотивациски фактори, како и мерки за поттик и стратегии кои плански и систематски ќе се инкорпорираат во работните и организационите активности, сè со цел да се мотивираат вработените. Но за да се постигне тоа, врвниот менаџмент мора да:

- ги привлече и задржи најквалитетните луѓе;
- обезбеди квалитетна реализација на преземените задачи;
- поттикне креативност и иновативност, со што ќе се дојде до брзи и квалитетни решенија на проблемите;
- обезбеди идентификација на вработените со компанијата и нивно ангажирање во нејзин постојан развој.

Методологија за проектирање на систем на мотивација

Проектирањето на системот на мотивација е од редот на менаџерите во рамките на компанијата, бидејќи тие се запознаени со вистинските проблеми на вработените и нивните барања, меѓутоа не е и неопходно, бидејќи изборот на тимот може да биде и еднадвор, со ангажирање на експерти во таа област.

Целиот тек на процесот од почетокот на проектирање до имплементирање и мерење на резултатите, како и предлагање на можности за подобрување и задоволство на вработените е долг и сложен процес. Како и да е, целата позитивна тензија што постои, желбата за работа, исчекувањето на резултатите, претставуваат еден добар тренинг на издржливост и систематски начин на работа. За подобрување на состојбата на нашите компании, во овој трудот е предложена методологија за проектирање и имплементација на системот на мотивација, како еден столб од менаџмент системот.

Текот на одвивање на проектирањето и имплементирањето на системот се одвива низ повеќе чекори со примена на Деминговиот круг на квалитет [2,3]:

(Plan) 1 чекор: образование на тимот кој ќе го проектира и имплементира системот на мотивација.

Првиот чекор од акциите што треба да ги преземе тимот овластен за проектирање е да стекне одредено образование за сите научни истражувања во оваа област, да ги запознае и проучи великаните кои истражувале и пишувале теории поврзани со и за мотивациските системи, како:

- да се проучат теориите на великаните, на X и Y теориите на Мек Грегор и



- теоријата на Маслов за хиерархијата на потребите.

И покрај тоа што овие теории биле пишувани одамна, сепак тие масовно се користат и денес. Овие теории ќе помогнат при формирањето на одреден став и мислење за основните сфаќања на нивните главни принципи.

2. чекор: проектирање на системот на мотивација врз основа на добиените одговори на прашањата што тимот сам си ги поставува:

- што е тоа што ме мотивира мене?
- што е тоа што ме мотивирало и демотивирало во минатото и денес?

Исто така, од големо значење е да се утврди разликата помеѓу вистинските долготрајни мотивации и краткотрајните импулси. При проектирањето на системот на мотивација е битно да се осознаат желбите и потребите на вработените, нивните очекувања како: повисок статус, повисока плата, подобри работни услови и други бенефиции.

За да дознаат реалните очекувања на вработени од компанијата, тие треба да бидат анкетирани за личните согледувања, преку информативни разговори и анонимни прашалници. Некои од клучните теми и правец во кој треба да бидат поставени прашањата се однесуваат на:

- поинтересна работа;
- поефикасни менаџери;
- поголема можност да го видат крајниот резултат од својата работа;
- поголемо учество и придонес во работата;
- поголема препознатливост;
- предизвик;
- повисока можност за напредок и развој.

(Do) 3 чекор: примена на проектираниот потсистем на мотивација во практиката.

(Check) 4 чекор: мерење на резултатите од имплементација на системот.

Резултатите од имплементација на системот се утврдуваат со користење на методите и техниките на SPC за собирање, обработка и анализа на резултатите за ефективност и ефикасност од системот.

(Act) 5 чекор: предлагање на можности за унапредување на потсистемот, односно корективни мерки:

- решенија за подобрување на системот;
- отстранување на демотивирачките околности;
- други облици за поттик, како и казнени пенали за грешки, пропусти и дефекти.

Со примена на корективните мерки Деминговиот круг продолжува да се врти во правец на континуирано унапредување.



Заклучок

Кога економската ситуација на компанијата станува потешка, кога сите можности се исцрпени, кога таа се стреми кон намалување на трошоците, се наметнува размислувањето како да се мотивираат вработените во такви услови.

Мотивацијата како движечка сила во унапредувањето на менаџмент системот, топ менаџментот треба да ја вгради во политиката на квалитетот и плановите и програмите за остварување на квалитетот на сите сектори. Мотивацијата е обврска на топ менаџментот и затоа треба да се бараат соодветни стимуланти за поефикасна и попродуктивна работа на вработените на различни нивоа во организациската структура, односно проектирање и имплементација на адекватен систем на мотивација кој треба континуирано да се унапредува.

Користена литература

Чепујноска, В., Чепујноски, Ѓ., (1993), Основи на управувањето со квалитетот, Економски факултет, Скопје

Deming, W.E., (1996), Kako izaći iz krize, PS Grmeč, Beograd, str. 30.

Deming, E., (1996), Nova ekonomska nauka, PS Grmeč, Beograd, str. 110. (12).

Drucker, P., (1995), Post kapitalističko društvo, Grmeč-Privredni pregled, Beograd, str.112,(9)

Drucker, P., (2004), What Makes an Effective Executive, Harvard Business Review, June, pp. 58-63.

Druskat, V.U., Wolff, S.B., (2001), Building the Emotional Intelligence of Groups, Harvard Business Review, March, pp.81-90.

Davenport, T.H., Prusak, L., (1998), Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know, Harvard Business Scholl Press, Boston Massachusetts, pp. 5.

Garvin, D. A., (1993), Building a learning organization, Harvard Business Review, vol. 71 no. 4, pp. 78-91.

Kondo, Y., (1995), Companywide Quality Control, 3rd Corporation, pp.51-96

Cole, B. M., (2006), Keeping employees accountable for results

O’Neil, H. F., (1994), Drillings Michael, Motivation

Swanson R. A., (2007), Analysis for improving performance.

Šušnjar, G., Ostojić, D., (2000), Menadžment i motivacija, Čikoš holding, Subotica, str. 164

Wehrich, H., Koontz H., (1998), Menadžment, 11. izdanje, Mate d.o.o, Zagreb.

Waddock, S., (1997), Quality of management and quality of stakeholder relations”, Business and Society, Chicago, Sep.

Živanović, N., (1996), Obrazovanje – značajan element u konceptu totalnog upravljanja kvalitetot (TQM), Total Quality Management, 24 (3-4), Beograd.



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Помлад асистент Емилија Митева

ТЕХНОЛОШКИ РАЗВОЈ НА МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО РМ ПРЕКУ ПРОГРАМИ ЗА СОРАБОТКА СО СТРАНСКИ ПАРТНЕРИ

Abstract

In conditions when we manage with a sufficient circuit and adequate structure of development factors, technological development can be realized without bigger moves and difficulties. However, in conditions of insufficient economic development and deficiency in development's factors, particularly deficiency in investments, as it is the case with The Republic of Macedonia, technological development is very limited. Economic restriction of economy created a lot of small and new companies to which it is necessary helping and other kinds of support in their working with relevant institutions, and above all in creating an advantageous business environment for economy without obstructions. Republic of Macedonia has to go on further in the next period with the activities for support of smaller and middle companies. The basic aim of that support must be preparation of small and middle companies to be more competitive and more capable for entering into European Union.

Key words: *technological development, small and middle companies, programs in cooperation with foreign partners*

Вовед

Динамиката и насоките на технолошкиот развој на секое општество во основа е условена од нивото на вкупната развиеност на кое се наоѓа и од расположливоста на факторите на развој.

Во услови на економска транзиција, процесите на економско учење започнуваат во претпријатија кои во променети услови на пазарот се принудени да ја зајакнуваат нивната конкурентна способност преку процесите на економско учење и внесување иновации. За секторот на мали и средни претпријатија е од особена приоритетна важност да се утврди конзистентна национална политика на поддршка на неговиот непречен развој заради големата улога и значење во економскиот развој на земјата. Брзиот технолошки развој бара нови стандарди во управувањето и во донесувањето на одлуки во економијата на сите нивоа. Малите и нови претпријатија имаат тежок пристап до капитал, до информации и до нова технологија, вклучувајќи ги и новите знаења, што е аргумент повеќе во индустриските политики на високоразвиените земји да се дава



приоритетно место и значење на севкупната поддршка на развојот на малите и средните претпријатија.

Особено важни за примена на нови технологии и знаења, без кои не е можна успешна интернационализација на малите и нови претпријатија се партнерството и соработка со странските партнери. Продлабочување на соработката со странски партнери е можна преку преземање на повеќе мерки на макро, мезо и микро ниво и нивната доследна реализација.

Предмет на елаборација во натамошниот текст ќе биде анализа на карактеристиките на секторот на мали и средни претпријатија со посебен осврт на малите и средните претпријатија во РМ, како и презентирање на програмите за соработка со странските партнери.

КАРАКТЕРИСТИКИ НА СЕКТОРОТ НА МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА

За разлика од ерата на индустријализација (во рамките на претходниот систем на Македонија, како дел од поранешна Југославија), каде најважно прашање беше развојот на индустриската дејност, во ерата на постиндустриското (информатичко општество) едно од најактуелните прашања е развојот на малите и средните претпријатија. Фактори коишто во прв ред го детерминираат развојот на малите и средните претпријатија се: развојот на информатичката техника и технологија, развојот на други технологии (телекомуникации, транспортни средства, биоинженеринг и генетски инженеринг итн.), како и глобализација на светската економија која наложува нови современи облици на деловно работење, примена на нови знаења, нова технологија и деловна соработка во интерес на обезбедување конкурентно производство и опслужување на светскиот глобален пазар на стоки и услуги.

Постојат различни критериуми за одредување на поимот на мали и средни претпријатија (мал бизнис). Основен критериум е бројот на вработените, но најсоодветната дефиниција за малите и средните претпријатија може да се согледа доколку се направи компаративна паралела како во следнава табела:



Табела 1 - Класифицирање на претпријатијата

	ЕУ Дефиниција за претпријатија	Закон за трговски друштва (2004)	Закон за сметководство (1992), последна измена (2002)
Во првата година од работењето е неопходно да се задоволат два од следниве критериуми			
Микро	до 10 вработени	до 10 вработени	
	годишен обрт ≤ 2 милиони ЕУР	годишен приход < 50.000 ЕУР	
	вредноста на активата ≤ 2 милиони ЕУР	најмногу 80% од бруто приходот да е остварен од еден клиент	
Мали	до 50 вработени	до 50 вработени	до 50 вработени
	годишен обрт ≤ 10 милиони ЕУР	вкупниот обрт $< 2.000.000$ ЕУР	годишен приход < 8.000 просечни месечни плати по работник
	вредноста на билансот на состојба ≤ 10 милиони ЕУР	вредноста на активата $< 2.000.000$ ЕУР	вредноста на активата < 6.000 просечни месечни бруто плати по работник
Средни	до 250 вработени	до 250 вработени	до 250 вработени
	годишен обрт ≤ 50 милиони ЕУР	годишен обрт $< 10.000.000$ ЕУР	годишен приход < 40.000 просечни месечни плати по работник
	вредноста на билансот на состојба ≤ 43 милиони ЕУР	вредноста на активата $< 11.000.000$ ЕУР	вредноста на активата < 30.000 просечни месечни бруто плати по работник
Големи	сите кои не спаѓаат во горенаведената класификација	сите кои не спаѓаат во горенаведената класификација	сите кои не спаѓаат во горенаведената класификација

Извор: агенција за поддршка на претприемништвото на РМ, извештај за МПС, Скопје, 2004, стр.24

Од оваа табела можеме да констатираме дека класификацијата на претпријатијата во Законот за трговски друштва беше подготвена во согласност со дефиницијата која ја користи ЕУ, како и во однос на бројот на вработени е условена истата класификација. Меѓутоа, што се однесува до вкупниот обрт и вредноста во билансот на состојба, тоа не е случај. Само неколку претпријатија во РМ можат соодветно да се вклопат со Европската класификација. За да се реши овој проблем, одговорните во државата ги прифатија вредностите од ЕУ, меѓутоа со намалена вредност од 1/4 или 1/5 од вредноста на ЕУ за обртот и билансот на состојба.



МСП се самостојни пазарни субјекти, изложени на конкуренција која ги принудува да бидат отворени за прифаќање нови идеи или нови производи и услуги, нови технологии, нов начин на дистрибуција, ризик, лукративност¹.

- Специјализација што подразбира изработка на тесен односно мал сегмент или фаза од некој вид комплексно производство преку кооперација со големи фирми.
- Иновативност односно создавање (по) висока додадена вредност преку единица производство.
- Рационалност или потрошувачка на помалку ресурси по единица производство.
- Адаптибилност односно приспособување кон нови видови на ресурси, нови видови на енергија, нова организација на работењето итн.
- Флексибилност и мобилност т.е. спремност кон промена и селење од една дејност во друга, од една локација на друга.
- Трудоинтензивност што подразбира апсорбирање на работната сила преку самовработување.

Во високоразвиените пазарни економии, секторот на МСП има многу значајно место во целокупната економија од причина што опфаќа и до 90% од вкупниот број на деловни субјекти, вработува до 70% од вкупниот број на вработени и создава над 50% од БДП².

Малите и средните претпријатија ја претставуваат сржта на секоја пазарна економија. Во 2004 година во Република Македонија бројот на МСП изнесува околу 50.000, што претставува 99% од вкупниот број на активни претпријатија за истата година³.

Од друга страна пак, учеството на малите и средните претпријатија во бруто вредноста на производството е презентирано во табела 2:

Табела 2 - Бруто вредност на производството⁴ според големината на претпријатијата

(Основни цени, милиони МКД)				
	2002	2003	2004	2005
Мали	170204	184084	206368	224081
Средни	66383	38532	77890	96689
Големи	180667	193018	146809	147653
Вкупно	417264	415634	431067	468423
(%)				
Мали	40.79	44.29	47.87	47.84
Средни	15.81	9.27	18.07	20.64
Големи	43.30	46.44	34.06	31.52
Вкупно	100	100	100	100

Извор: www.stat.gov.mk

¹ Марија Зарензакова-Потевска: Перспективите на малото стопанство, Скопје, 2000, стр.85

² Марија Зарензакова Потевска: *ibid*, стр.87

³ www.stat.gov.mk

⁴ БВП претставува вредноста на произведените стоки и извршените услуги во текот на годината, независно дали тие се во целост продадени или дел од нив е ставен на залиха.



Од оваа табела можеме да констатираме дека постои еден тренд на зголемување на учеството на секторот на мали и средни претпријатија во бруто вредноста на производството. Доколку направиме една компаративна паралела низ одделни временски интервали ќе го утврдиме тој тренд на зголемување, односно ако учеството на малите претпријатија во бруто вредноста на производството во 2002 година изнесува 40,79% во 2005 година учеството на малите претпријатија во БВП изнесува 47,84%. Заедно МСП во 2005 година учествуваат со 68,48% во БВП, додека во 2002 година учеството на МСП беше 56,7%.

Во поглед на импликациите кои МСП ги имаат врз вработеноста, истите можат да се констатираат од табела 3:

Табела 3 - Број на вработени во активните претпријатија во РМ

(Реална вредност)				
	2002	2003	2004	2005
МАЛИ	110373	124840	140511	145461
СРЕДНИ	144654	137888	61239	56947
ГОЛЕМИ			48683	64843
ВКУПНО	255027	262728	250433	267251
(%)				
МАЛИ	43.28	47.52	56.11	54.40
СРЕДНИ	56.72	52.48	24.45	21.30
ГОЛЕМИ			19.44	24.30
ВКУПНО	100	100	100	100

Извор: www.stat.gov.mk

Интересно е да се напомени дека додека вкупниот број на вработени се намалува, бројот на вработени во малите претпријатија е во постојан раст. Оваа состојба се јавува поради отпуштените работници од големите фирми кои сами започнале со свој сопствен мал бизнис или поради тоа што големите претпријатија претрпеле реконструкција и биле поделени во повеќе помали единки. Бројот на вработени кај малите претпријатија е во континуиран раст и во 2004 година го достигнува својот максимум, односно истиот опфаќа 56,11 од вкупниот број на вработени.

Секторот на малите и средните претпријатија во стопанството на Република Македонија има многу големо место и улога и добива сè поголемо значење клучен динамички фактор на целокупниот општествено економски развој. Но, Република Македонија во поглед на технолошкиот развој на малите и средните претпријатија е на многу ниско ниво поради недостиг на финансиски средства, како и отсуство на мерки за поддршка и помош на иноваторството. Токму прашањето за технолошкиот развој на малите и средните претпријатија треба да се бара



преку трансфер на соодветна технологија, преку соодветна застапеност на истражувачко развојната дејност, како и преку реализирање на програми кои овозможуваат поддршка на развојот на малите и средните претпријатија во РМ.

ПРОГРАМИ ЗА ПРОМОЦИЈА НА СОРАБОТКА СО СТРАНСКИ ПАРТНЕРИ

Кога станува збор за програмите на промоција на соработката со странските партнери општо е прифатено мислењето дека нашава земја треба да се вклучува во програмите на ЕУ кои се многубројни и се во функција на развој на малите и средните претпријатија со директна финансиска и нефинансиска поддршка, во областа на информирањето и поддршка на деловното работење, како и промоција на соработката и кооперацијата.

Во таа насока Европската повелба за мали претпријатија ги обврзува земјите на ЕУ да ги задоволат потребите на малите претпријатија во повеќе области, вклучувајќи го и јакнењето на технолошкиот капацитет на малите претпријатија и успешните електронски (е-бизнис) деловни модели. Во ЕУ во областа на развојот на партнерството и соработката меѓу земјите-членки и пошироко се реализирани повеќе програми и тоа:

- програми кои обезбедуваат мрежа на институции за информации и за промоција на соработките како: EURO-INFO центри, ВИС мрежата (центар за бизнис информации), BC-NET (Business Cooperation Network) или мрежи за деловна соработка и многу други институции, асоцијации и тела;
- програми кои обезбедуваат поддршка на конкурентската способност, преку проекти за тренинг и консалтинг, како што се: EUROMANAGEMENT, EUROMARKETING и други;
- програми за индустриски технологии и материјали (CRAFT) итн.

ЕУ има изградено систем на инструменти за спојување на политиката на поддршка на технолошкиот развој и политиката на поддршка на малите и средните претпријатија и во тие рамки е даден приоритет на овој сектор во програмите за истражување на технолошкиот развој. Во таа насока постојат голем број на програми (околу 1.117) за поддршка на иновациите, информатичките технологии и технолошкиот развој на малите и средните претпријатија.

Во Република Македонија пак беа активни следниве проекти⁵:

- Проектот - Европартнеријат, што преставува можност за поврзување и соработка на стопанствата од земјите во транзиција и земјите на ЕУ преку одржување на саемски манифестации;

⁵www.gtztechno.com.mk/DOKUMENTACIJA/publications/Informacija%20za%20TT%20proekti.doc



- Проектот на ЕУ за меѓугранична соработка со Република Грција односно Проектот за развој на еврорегиони;
- Проектот на ЕУ за меѓугранична соработка со Република Грција и со Република Албанија односно Проект за развој на еврорегион во тој дел на Балканот.

Исто така, во рамките на техничката соработка помеѓу владите на Република Македонија и Сојузна Република Германија во склопот на активностите на *Проектот на Германското друштво за техничка соработка на трансфер на технологија* успешно беше реализирана Програма за поддршка на проекти од трансфер на технологија во мали и средни претпријатија (МСП), со активно учество на научноистражувачките институции во Р. Македонија.

Во рамките на Програмата беа реализирани повеќе од 30 проекти од трансфер на технологија во преку 50 МСП, со вкупен буџет на проектите од 800.000 евра. Значајно е да се истакне дека во реализацијата на Програмата активно беа вклучени 4 *центри за трансфер на технологија*, чие формирање како посебни правни лица (од Машинскиот, Електротехничкиот и Земјоделскиот факултет во Скопје, како и од Општината и Техничкиот факултет во Битола) и функционирање е поддржано од ГТЗ *Проектот за трансфер на технологија*.

Во успешната реализација на *проектите од трансфер на технологија* во МСП активно беа вклучени: *научноистражувачките институции* - како извор на знаење, *центрите за трансфер на технологија* - како олеснувачи во трансферот на технологија и советодавачи, МСП (производни претпријатија од машинската индустрија, електротехничката индустрија, издавачката дејност и печатењето, земјоделството, информатичко-комуникациска дејност, прехранбената дејност), како партнери во реализација и корисници на резултатите од проектите, и ГТЗ *Проектот за трансфер на технологија*, како носител на идејните решенија за реализација на Програмата, идентификација на претпријатијата и технолошките проблеми, експертска поддршка во сите процедури сврзани со реализација на Програмата.

Резултатите од реализираните проекти се однесуваат на: воведување нови технологии, подобрување на постоечките технологии (модернизација на технолошкиот процес), создавање иновативни производи, обука и специјализација. Зајакнувањето на технолошките капацитети може да донесе само придобивки кај нив. Како една од најважните придобивки се смета зголемувањето на ефикасноста и ефективноста на малите и средните претпријатија, намалувањето на трошоците, зголемувањето на квалитетот на производите итн.



Во РМ постојат повеќе проекти кои работат за промоција и зајакнување на трансферот на технологија. Во рамките на Министерството за образование и наука (МОН) постои Одделение за поддршка на технолошкиот развој и техничка култура, кое во рамките на своите активности доделува финансиски средства за поддршка на развојно-истражувачки активности, поттикнување на иновациското творештво и развој на технолошката инфраструктура на МСП. Оваа одделение реализира континуирани активности за поддршка на развојот на малите и средните претпријатија во функција на зголемување на продуктивноста, намалување на невработеноста, развој на нови производи и технологии, заштеда на сировини и енергија, унапредување на животната средина и воопшто подобрување на квалитетот на живеење. Исто така, и Министерството за економија во рамките на програмата за промоција на МСП, покрива дел од трошоците за учество на претпријатијата на саеми во државата и надвор од неа. Кога станува збор пак за донаторските проекти и канцеларии кои работат во оваа област карактеристични се следниве:

- СИНТЕФ Македонија (Канцеларија за норвешко-македонска стопанска соработка) која во областа на зајакнувањето на трансферот на технологија придонесува преку воспоставување соработка помеѓу македонските универзитети и Норвешкиот универзитет за технологија и наука (NTNU), со можност студенти од Македонија да престојуваат на NTNU или на некои од истражувачките институции на СИНТЕФ Норвешка. Целта на проектот е врз основа на барање на македонска фирма за одредена технологија која не е достапна во РМ, да се одбере постдипломец или докторанд кој ќе биде испратен во Норвешка таа технологија да ја совлада и понатаму да ја имплементира во македонското претпријатие кое го иницирало барањето. Искуството покажува дека на македонските фирми им е потребна помош во пристапот на странските пазари и соработка со странските пазари. Типот на соработка не е условен, односно може да станува збор за увозни зделки, заеднички вложувања, заеднички настап на трети пазари (партнерства на меѓународни тендери) итн.
- ИЦЕ – Италијанска канцеларија за трговска промоција. Покрај промоција на македонските и италијанските производи во двете земји, оваа канцеларија врши Matchmaking на мали и средни претпријатија од двете земји, организирање на саеми, остварување на контакти и средби помеѓу претпријатијата итн.
- СИППО – Канцеларија на Швајцарската амбасада чија главна цел е промоција на македонските производи во Швајцарија и други земји на ЕУ.



- МЦА-УСАИД – Целта на Проектот за конкурентност на Македонија е да им помогне на македонските претпријатија да обликуваат визија и акции што ќе резултираат со нивна поголема конкурентност на домашниот, регионалниот и меѓународниот пазар. Овој проект работи со македонските претпријатија од сите големини и им помага да создадат и пласираат комплексни производи и услуги. Преку овој проект беа креирани пет кластери (за туризам, за ИТ, за јагнешко и сирење, за вино и за текстил).
- ДИХК – Германска стопанска комора за меѓународна соработка: Проект на Германската стопанска комора чија цел е остварување на што поголема соработка помеѓу македонските и германските претпријатија, организирање саеми итн.

Во РМ исто така функционира и Еуроинфо кореспондентниот центар, кој во РМ е мрежно поврзан со другите вакви центри во Европа. Овој центар нуди повеќе можности за поврзување на странски и домашни претпријатија. Во поголемиот број случаи овие услуги се бесплатни.

Во ЕИКЦ се нудат следниве услуги: барање партнер, извозни правила, информации за пазарот, стандарди и трговски марки. Исто така се нудат информации за тендери на ЕУ, разни видови помош (грантови) за македонските претпријатија, како и информации за регулативата на ЕУ и стандардизацијата. Но сепак неговото функционирање во РМ е доведено во прашање поради финансиската одржливост на истиот.

Зајакнувањето на технолошкиот капацитет и трансферот на технологија не се воопшто лесни задачи за извршување. Имено, покрај финансиските средства кои се потребни за реализација на овие програми, потребна е и експертиза од други земји, како и време потребно за реализација на програмите. Република Македонија мора да продолжи со активностите за поддршка на малите и средните претпријатија и во наредниот период. Основна цел на таа поддршка мора да биде подготовка на малите и средните претпријатија да бидат поконкурентни и посpremни за влегување во Европската унија. Сите активности треба да бидат насочени кон создавање на поатрактивно деловно опкружување, промоција на претприемачката култура и креирање на поволно опкружување за МСП.



Заклучок

Во услови на глобализација на светската економија, секторот на малите и средните претпријатија нужно се интернационализира, а за тоа е потребно соодветно да се подготви. Единствено конкурентно способните претпријатија, што вклучуваат и примена на најсовремени знаења и нови технологии, можат да станат дел од светскиот пазар на стоки и услуги преку деловна соработка, партнерство и директни договори. Во рамките на тој контекст менаџерите треба да создадат услови за прифаќање на новините кои ги нуди техничко-технолошкиот развој, а од нивната брзина во одлучувањето, од прифаќањето на новите знаења и искуства во користењето на најновите техники и технологии, зависи нивото на нивното ефикасно работење и стопанисување. Од друга страна пак, Република Македонија е во големо заостанување во освојувањето и примената на современите технологии, а едновременно е ставена во значителна технолошка зависност од странство. Со цел да се продлабочи и да се засили соработката со странските партнери а со тоа и да се обезбеди соодветен технолошки развој на македонската економија, потребно е преземање на низа законски и економски мерки како што се законска и друга поддршка на лизингот, лиценците, франшизингот, како форми на трансфер на технологија и инструменти за финансирање на малите и средните претпријатија, активно вклучување во програмите на ЕУ во интерес на зголемување на партнерството и соработката со странски партнери, промоција на програми и проекти за приближување кон европските стандарди, создавање на институционална инфраструктура за промоција на претприемништвото и конкурентноста како и создавање на поволно деловно опкружување за непречен развој на претприемништвото. Неопходно е сите овие мерки да бидат реализирани од причина што долгорочните перспективи за развој на домашната економија се согледуваат токму од овој сектор.

Користена литература

Агенција за поддршка на претприемништвото на РМ, извештај за МСП, Скопје, 2004 г.
Поповска Златка: Политика на технолошки развој, Скопје, 2000 г.
Потевска Зарензакова Марија: Перспективите на малото стопанство, Скопје 2000 г.
www.apprm.gov.mk
www.gtztechno.com.mk
www.stat.gov.mk



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Помлад асистент Дарко Лазаров

СТРАНСКИ ДИРЕКТНИ ИНВЕСТИЦИИ ВО ЦЕНТРАЛНА И ИСТОЧНА ЕВРОПА

Abstract

The capital investment from abroad means establishing an operations at local level in aim production and distribution of goods and services. Foreign direct investment in Central and Eastern Europe has financed massive new manufacturing capacities, especially in automobile, electronics, furniture, pharmaceutical sectors, but also retail sector, banking and finance, telecommunication and transport sector. FDI in CEE has played a key role in boosting economic growth and shaping legislation since 1990.

The structure of the paper will be as follows: The *first part* describes the foreign direct investment in Central and Eastern Europe and the flow of FDI to different countries in CEE. The *second part* of the paper is about factors to FDI and some measures and policy practices for attracting FDI in CEE. The *third part* of the paper analyses the influence of FDI for CEE countries, and positive and negative effects from FDI. And The *fourth part* of the paper gives overview of the FDI structure by sectors and country of origins and weather the investments were an result of the privatization process or green field investments.

Keywords: *Foreign direct investments, capital investment, greenfield investment, Industrial Policy, Inward Investment in Central and Eastern Europe.*

Вовед

Капиталните инвестиции од странство подразбираат воспоставување на операции на локално ниво за производство и дистрибуција на добра и услуги. Странските директни инвестиции во Централна и Источна Европа се насочени кон финансирање на производствени капацитети, особено во автомобилската индустрија, електрониката, индустријата за лекови, но исто така вклучувајќи ги банкарскиот сектор, телекомуникациите и транспортниот сектор. СДИ во ЦИЕ одиграа важна улога во остварување на повисоки стапки на економскиот раст и подобрување на економските перформанси.

Целта на истражувањето во рамките на овој труд е да се истакне важноста на странските директни инвестиции за земјите од ЦЕИ, но во исто време да се утврдат мерките и политиките кои треба да ги преземат



националните влади, со цел да постигнат најголема ефикасност и најдобро да го искористат приливот на странските директни инвестиции во нивните национални економии.

СТРАНСКИТЕ ДИРЕКТНИ ИНВЕСТИЦИИ ВО ЦЕНТРАЛНА И ИСТОЧНА ЕВРОПА

Странските директни инвестиции преставуваат капитални инвестиции од странство, насочени кон воведување на деловни операции на локално ниво за производство и дистрибуција на добра и услуги. Всушност, вложувањата на странски капитал со кои странскиот инвеститор стекнува не само право на сопственост туку и право на управување со фирмата во којашто вложува, се нарекува странски директни инвестиции. Странските директни инвестиции најчесто опфаќаат големи капитални вложувања во изградба на производствени капацитети, ангажирање и обука на локалната работна сила, трансфер на технологија и воведување на високо техничко-технолошки методи и процеси. Странските директни инвестиции се дефинираат како инвестиции на правни и физички лица од странство во деловни субјекти на националната економија со кои се остварува заеднички долгорочен интерес и каде што странскиот инвеститор поседува најмалку 10% од вкупната вредност на деловниот субјект¹.

Доминантни форми во кои можат да се јават странските директни инвестиции се *greenfield* инвестиции и спојувања и припојувања. Спојувањата се кога две компании се спојуваат со меѓусебна заедничка согласност, а припојувањата се преземање на некоја компанија против желбите на самата компанија. Интензивната појава на овие активности како форма на странски директни инвестиции во последните неколку години се резултат на неколку услови: глобалните економски услови, ниската каматна стапка, високото ниво на корпоративна профитабилност - компаниите располагаат со огромен капитал и парични средства и реконструкцијата на компаниите со поголема инволвираност во меѓународната трговија. Приливот на странски директни инвестиции на глобално ниво бележи драстичен пораст во последните неколку декади. Како пример ќе наведеме дека приливот на странски директни инвестиции на глобално ниво бележи пораст од 40 милијарди долари во почетокот на 80-тите години на 1,76 билиони долари во 2007 година. Само во 2006 година приливот на странски директни инвестиции бележи пораст од 27% и покрај финансиската криза со која се соочува американската економија².

¹Статистички годишник на Република Македонија, 2007 г.

²UNCTAD, World Investment Report, 2008



Таквиот силен пораст на странските директни инвестиции на глобално ниво се должат на неколку фактори кои денес се карактеристични за меѓународната трговија и новите начини на управување со големите корпорации кои се главните носители на странските директни инвестиции. Тие фактори се: либерализацијата, како нов режим на меѓународната трговија, технолошкиот развој кој им овозможува на компаниите полесно управување со деловните операции на еден интегриран начин, конкуренцијата којашто им овозможува на компаниите да ги користат предностите од новите можности и новите технологии и глобализацијата на светската економија. Исто така, анализите покажуваат дека слични трендови и тенденции постојат и во регионот на Централна и Источна Европа. Но, се очекуваше дека приливот на странски директни инвестиции ќе почне да опаѓа поради нестабилноста на финансиските пазари, продлабочување на хипотекарната криза во американската економија, а врз основа на тоа прелевање на финансиската криза и во Европа, пораст на инфлацијата на глобално ниво. Но, ваквиот пад на странските директни инвестиции не е случај за земјите од Централна и Источна Европа. На пазарите од овој регион ќе продолжи стабилниот пораст на странските директни инвестиции, пред сè, поради експлоатацијата на природите ресурси, евтината работна сила и воедно ниските производствени трошоци.

Странските директни инвестиции во Централна и Источна Европа се карактеризираат со инвестирање во изградба на нови и големи производствени капацитети, посебно во автомобилската индустрија, електрониката, производствени капацитети за производство на мебел, фармацевтската индустрија. Исто така, странските инвестиции се насочени кон финансискиот сектор и банкарството, телекомуникации и транспорт.

Странските директни инвестиции имаат клучна улога во создавањето на економскиот раст на земјите од регионот од Централна и Источна Европа во периодот по 1990 година.

Според одредени истражувања, во 2007 година целиот регион на земјите од Централна и Источна Европа прима рекорден прилив на странски директни инвестиции од 146 милијарди долари, што претставува за 26% повеќе од приливот на странските директни инвестиции во 2006 година, кој изнесува 116 милијарди долари³. Регионот на Централна и Источна Европа е втор по важност пазар кој се појавува како дестинација на странските директни инвестиции по пазарите во Азија, а пред пазарите во Латинска Америка.

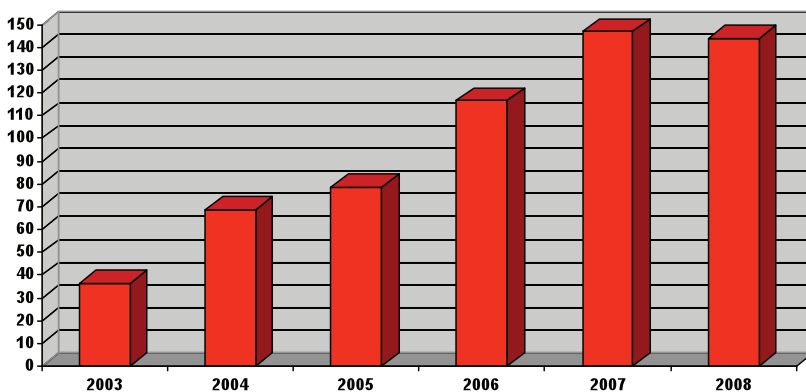
³UNCTAD, World Investment Report, 2008



Приливот на странските директни инвестиции во Централна и Источна Европа бележи континуиран и стабилен пораст во последните неколку години, со исклучок на 2008 година, во која странските директни инвестиции во овој регион бележат пад и стагнација поради глобалната финансиска и економска криза.

Така, според податоците од *слика 1* може да се забележи стабилниот раст на странските директни инвестиции во периодот од 2003 до 2008 година. Податоците добиени од истражувањата направени од Европската банка за обнова и развој, за приливот на странските директни инвестиции во Централна и Источна Европа покажуваат дека во 2003 година приливот на странски директни инвестиции во овој регион изнесува 37 милијарди долари, за во 2008 година тој прилив да порасне на 144,2 милијарди долари. Овие податоци, недвосмислено го потврдуваат фактот дека една од најважните дестинации на странските инвестиции во последната декада бил насочен кон пазарите во Централна и Источна Европа. Како што кажавме и претходно, атрактивност на земјите од овој регион за странските инвестиции се должи на евтината работна сила, богатството со природни ресурси, економските политики на земјите од овој регион за привлекување на странските директни инвестиции преку даночни и други олеснувања и други фактори коишто им овозможуваат на странските компании да произведуваат со најниски трошоци, а воедно на тој начин да го максимираат својот профит како примарна цел на секоја компанија.

Слика 1 - Пораст на приливот на СДИ во регионот на Централна и Источна Европа, \$милијарди, 2003-2008 г.



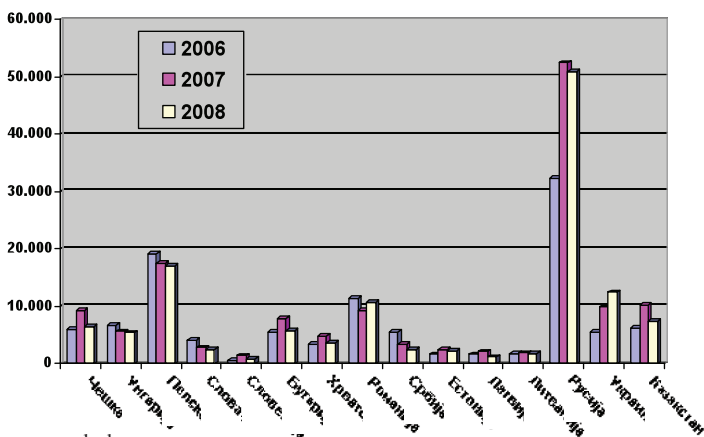
Извор: www.ebrd.com



Очекувањата за приливот на странските директни инвестиции во целиот регионот на Централна и Источна Европа покажуваат пад на приливот на странските директни инвестиции по 2008 година. Како причини за таквите очекувања се: 1) глобалните финансиски турбуленции кои имаат негативно влијание за сите земји со висок тековен дефицит. Земји кои се соочиле со висок трговски дефицит во регионот на Централна и Источна Европа се: Естонија, Латвија, Унгарија и Бугарија, 2) порастот на инфлацијата на глобално ниво и зголемување на каматната стапка што претставува цена на капиталот, 3) европската економска рецесија и други детерминанти кои имаат негативно влијание врз странските директни инвестиции.

Странските директни инвестиции сè повеќе го насочуваат својот капитал кон земјите во транзиција. Меѓутоа, треба да се има предвид дека секоја земја во транзиција не бележи раст на странските директни инвестиции. Примарен фактор за привлекување странски инвестиции во транзициските економии се степенот и успешноста на реализација на приватизацијата и извршените политички и економски реформи. Така, транзициските економии кои успеале да се насочат кон пазарната економија и да ги реализираат сите политички и економски реформи создале поволни услови за странските инвестиции. Меѓутоа, има земји кои заостануваат во креирањето на пазарните услови и се соочуваат со високо ниво на криминал и корупција во својата економија, поради што не се атрактивни за странските директни инвестиции. На слика 2 се прикажани транзициските земји и приливот на странските директни инвестиции во нивните национални економии во периодот 2006-2008 година.

Слика 2 - Прилив на СДИ – транзициони економии, (\$ милиони)



Извор: www.ebrd.com



Податоците го потврдуваат фактот дека постои голема разлика во приливот на странските директни инвестиции по одделени транзициски економии. Така, како земја што бележи најголем прилив на странски директни инвестиции е Русија, која во 2007 година забележала рекорден прилив на странски директни инвестиции од 52.476 милијарди долари. Исто така, земји кои бележат висок прилив на странски директни инвестиции се: Полска, Украина, Романија, Казахстан, Чешка и Бугарија. Како што кажавме претходно, високиот прилив на странски директни инвестиции на овие земји во однос на помалиот прилив на другите транзициски земји меѓу другото се должината на економската политика на тие земји и создадените поволни услови во нивните национални економии за влез на странски компании. Денес сите транзициски економии на некој начин настојуваат со своите економски политики и реализирани реформи да привлечат што е можно поголем прилив на странски директни инвестиции. Тоа е така поради голем број предности што ги носат со себе странските директни инвестиции за националните економии на земјите во транзиција.

ПОЗИТИВНИ И НЕГАТИВНИ ЕФЕКТИ ОД СТРАНСКИТЕ ДИРЕКТНИ ИНВЕСТИЦИИ ЗА ЗЕМЈИТЕ ОД ЦЕНТРАЛНА И ИСТОЧНА ЕВРОПА

Најголем дел од јавноста во земјите од Централна и Источна Европа сметаат дека странските директни инвестиции со себе носат само корист за нивните национални економии. Меѓутоа, анализите покажуваат дека странските директни инвестиции, покрај позитивни, имаат и негативни ефекти за земјите од Централна и Источна Европа.

Позитивни ефекти од странските директни инвестиции за земјите од Централна и Источна Европа се: 1) Придонес во националниот капитален сток, капиталниот сток на една национална економија се зголемува со поголем прилив на инвестиции што во случајот ги обезбедуваат странските директни инвестиции. Порастот на капиталниот сток овозможува пораст на економскиот раст и развој на една национална економија. 2) Намалување на стапката на невработеност. Што преставува еден од најголемите проблеми со кој се соочуваат земјите од Централна и Источна Европа, посебно земјите во транзиција. Странските директни инвестиции кои се јавуваат во форма на производствени капацитети всушност креираат нови работни места за локалното население во една национална економија. 3) Технолошки трансфер. Трансферот на технологија овозможува акцелерирано воведување на висока технологија во домашните претпријатија, што им овозможува на домашните



претпријатија да ја зголемат продуктивноста во работењето, способноста за имитирање на некои производи и да ја зголемат својата конкурентност. 4) Пораст на конкуренцијата. Влегувањето на странски компании на домашниот пазар придонесуваат за зголемување на конкуренцијата во сите сектори од економијата. Поголемата конкуренција во една економија секако има позитивно влијание, затоа што ја зголемува надворешната трговија на земјата и го подобрува надворешно-трговскиот дефицит од една страна, а од друга страна за домашните потрошувачи овозможува поквалитетни добра и услуги по пониска цена⁴.

Покрај претходно наведените предности, странските директни инвестиции продуцираат и негативни ефекти за земјите од Централна и Источна Европа. Некои од тие негативни ефекти се: 1) Експлоатација на даночните привилегии и субвенции. Знаеме дека, најголемиот дел од владините политики на земјите од Централна и Источна Европа за привлекување на странски директни инвестиции вклучуваат даночни олеснувања и привилегии за странските компании и инвеститори. Таквите владини политики многу често се злоупотребувани од страна на странските инвеститори, со цел максимизирање на нивните профити. 2) Редуцирање на конкуренцијата. Постојат случаи кога странските директни инвестиции наместо да ја зголемат конкуренцијата во националната економија, тие ја редуцираат. Тоа се случува кога странските компании ги игнорираат домашните понудувачи или кога уживаат монополска позиција во одделен сектор во националната економија. Исто така, слабата конкуренција може да го лимитира технолошкиот преливен ефект, што претходно беше преставен како еден од најголемите позитивни ефекти од странските инвестиции. 3) Лимитирање на локалните R&D активности. 4) Рестриктивни маркетинг пристапи за домашните претпријатија што често пати предизвикува конфликтни интереси меѓу транснационалните компании и домашните фирми. 5) Губење на контролата над стратешките сектори во националната економија и рестриктивна бизнис практика, којашто придонесува за истиснување на домашните претпријатија. 6) Локалните фирми не се способни да апсорбираат висока технологија од странските компании, поради тоа што странските компании ја редуцираат деловната соработка со домашните понудувачи. 7) Остарувањето на монополска положба за странските инвеститори предизвикува креирање на мали сектори во националната економија. 8) Освен овие негативни ефекти кои можат да бидат предизвикани од странските директни инвестиции во земјите од Централна и Источна Европа, постојат и многу други дисторзивни пазарни фактори кои имаат негативни влијанија⁵.

⁴ Marinova, S and M A Marinov, 2003, *Foreign Direct Investment in Central and Eastern Europe* (Transition and Development).

⁵ Bailey, David, Rachael Thomas and Roger Sugden, 1998, “*Inward Investment in Central and Eastern Europe: the Compatibility of Objectives and the Need for an Industrial Strategy*”, in Michael Storper et al, 1998, *Industrial Policy for Latecomers in the Global Economy*



КОМПАРАТИВНА АНАЛИЗА НА СТРАНСКИТЕ ДИРЕКТНИ ИНВЕСТИЦИИ ПО ОДДЕЛНИ СЕКТОРИ И ЗЕМЈИ ОД ЦЕНТРАЛНА И ИСТОЧНА ЕВРОПА

Во досегашното излагање беа преставени странските директни инвестиции во рамките на регионот на Централна и Источна Европа во целина. Во овој дел ќе дадеме посебна анализа на СДИ по одделни сектори и земји од Централна и Источна Европа.

Странските директни инвестиции во Македонија

Фактот што Република Македонија е многу мала земја, уште повеќе ја зголемува важноста на странските директни инвестиции за националната економија и за остварување на економски растеж и развој.

Анализа за приливот на СДИ во последната декада ги покажува слабите перформанси на нашата економија за привлекување на странските директни инвестиции. Причини за тоа се, пред сè, непостоење на долгорочна национална стратегија и политика за привлекување на СДИ, слабите макроекономски перформанси, високото ниво на корупција и криминал во државата низ целиот процес на транзиција и други фактори, кои имаа негативни ефекти за странските инвеститори. Така, ниво на СДИ во Република Македонија во транзицискиот период заостануваше пред останатите земји од Југоисточна и Централна Европа.

Во 2003 година, Владата на Република Македонија подготви програма за промоција на инвестициите во Република Македонија, во согласност со основните меѓународни принципи за добра бизнис клима, беа елаборирани националните приоритети, вклучувајќи ги следниве: 1) развој на детален акционен план за редуцирање на бариерите за странските инвестициите; 2) зајакнување на акцијата за намалување на криминалот и корупцијата; 3) реформи во даночниот систем и 4) етаблирање на Агенција за странски директни инвестиции во Република Македонија⁶.

Како резултат на успешно спроведените економски и политички реформи кон зајакнување на демократското општество и отворена пазарна економија, Република Македонија создава поволна бизнис клима и поголем потенцијал за влез на странски компании во земјава. Голем број компании започнаа деловни операции во државата, во форма на greenfield инвестиции или различни типови на аквизиција и приватизација (продажбата на ЕСМ на австрискиот EVN, продавањето на акциите во T-Mobile). Други поважни странски инвестиции во Република Македонија

⁶ Government of the Republic of Macedonia - Sector for European Integration, *National strategy for European integration of the Republic of Macedonia*, Skopje, 2004



се: Johnson Metthey (Велика Британија), Mobilkom (Австрија), Societe Generale (Франција), Cosmofon (Грција), Knauf (Германија), Johnson Contol, Централната банка на Грција, Hellenic Bottling&Company S.A. (Грција), QBEInsurance Group Limited (Велика Британија), Mittal Steel Holding N.V (Холандија), Duferco Lugano (Швајцарија) и Titan (Грција).

Странските директни инвестиции според дејностите на инвестирање во 2006 година во Република Македонија ја имаат следнава структура: снабдување со електрична енергија, гас и вода 64,4%, преработувачка индустрија 14,4%, вадење руда и камен 5,7%, активности во врска со недвижен имот 4,0%, трговија на големо и трговија на мало 3,8%, финансиско посредување 2,3% и други 5,4%⁷.

Странските директни инвестиции во Романија

Во последните четири години, Романија забележа рекорден прилив на СДИ, како резултат на макроекономската стабилност, силниот економски раст, високото ниво на приватизација и позитивното влијание од членството во Европската унија. Меѓутоа, приливот на странските директни инвестиции кој беше резултат на приватизацијата, како многу важен извор на прилив на капитал во последната декада во националната економија на Романија, почна да бележи опаѓање по 2007 година. Уште повеќе, порастот на платите како резултат на пристапувањето во ЕУ ја намали меѓународната конкуритивност, во однос на азиските земји кои се карактеризираат со ниска цена на трудот.

Соочувајќи се со намалениот прилив на СДИ и во исто време зголемените потреби (во 2007 година БДП per capita на Романија бил за 40% помал во однос на просечната куповната моќ на населението во земјите од ЕУ27). Врз основа на таквите тенденции, Романија треба во иднина да ги насочи своите напори кон привлекување на странските инвестиции во секторите со поголема додадена вредност, кои се помалку зависност од ниската цена на трудот, а многу повеќе од подобрувањето на бизнис климата, инфраструктурата и висококвалификувана работна сила. Таквите напори треба да овозможат зголемување на учеството на услужниот и финансискиот сектор како дестинација на СДИ. Како и да е, производствениот сектор има најголемо учество во приливот на СДИ, со над 1/3 од вкупните странски инвестиции во Романија. Меѓутоа, производствениот сектор бележи значајни трансформации. Намалување на индустријата за облека и чевли, а во исто време, зголемување на секторите со високо додадена вредност, како што се: индустријата за производство на мебел и транспортна опрема⁸.

⁷ Статистички годишник на Република Македонија, 2007 г.

⁸ Извор: Eurostat, National Bank of Romania, 2007



Странските директни инвестиции во Бугарија

Економскиот развој на Бугарија, по падот на комунистичкиот систем може да биде поделен во три различни периоди. Ваквата поделба има влијание на приливот на СДИ во Бугарија. Првиот период - од почетокот на приватизацискиот период до 1997 година кога беше воведен Валутниот борд и се постигна макроекономската стабилност, приливот на СДИ во Бугарија беше мал и незначителен. Додека, некои земји од Централна и Источна Европа преземаат најразлични мерки и политики за привлекување на СДИ, приливот на СДИ во Бугарија беше низок како резултат на бавниот приватизационен процес и процесот на трансформација на економијата, а исто така, проблемите во судскиот систем и недостатокот на транспарентност. Во периодот од 1997 до 2007 година најголемиот дел од СДИ во националната економија на Бугарија е резултат на приватизациониот процес и достигнувањето на економска и политичка стабилност. Во 2004 години, според привлекувањето на СДИ, Бугарија била рангирана на 15-тото место во Европа, што се должи пред сè на приватизацијата во енергетскиот сектор, приватизацијата на бугарскиот Телеком и приватизацијата на некои други големи компании.

Анализата на структурата на СДИ, покажува дека има неколку сектори во бугарската економија кои се значително привлечни за странските инвеститори, во споредба со останатите. Секторите кои бележат висок прилив на СДИ се: енергетскиот сектор, металургијата, финансискиот сектор и осигурувањето, прехранбената индустрија и некои други. Странските инвестиции во овие сектори се комбинација од *greenfield* инвестиции и приватизација на државните компании⁹.

Странските директни инвестиции во земјите од Балтикот

Постсоцијалистичките земји се соочуваат со ниско ниво на национално штедење како резултат на ниското ниво на национален доход и акумулиран капитал. Затоа, СДИ во овој регион имаат значаен придонес во процесот на реконструкција, економскиот раст и развој на технологија. Отворањето на пазарите и создавањето поволни услови за СДИ, придонесе кон побрза економска трансформација и остварување на висока стапка на економски раст. СДИ во земјите од Балтикот, како транзициски земји имаат витална улога во зголемувањето на конкуритивноста во сите сектори на економијата и забрзување на економскиот развој.

⁹ Извор: The Bulgarian Ministry of Finance, 1992-1998; National Bank of Bulgaria, 1999-2008



Во сегашноста балтичките земји, во суштина, се многу атрактивни за странските инвеститори, благодарение на стратегиски многу важната географска позиција на регионот, како и високо квалификувана и евтина работна сила. Исто така, многу важно за СДИ е фактот што балтичките земји се членки на ЕУ и НАТО, што обезбедува стабилност и сигурност на регионот.

Сектори кои се најмногу атрактивни за странските инвеститори во земјите од Балтикот се: финансискиот сектор, производството, транспортот и комуникацијата и други сектори.

Во сите балтички земји, стокот на СДИ како процент од БДП е поголем од просекот којшто го бележат останатите земји на светско ниво.

Табела 3 - Сток на СДИ како % од БДП, 1992-2003 г.

Година	1992	1994	1996	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Естонија	21.0	27.0	27.8	29.4	25.4	51.5	57.2	65.9	69
Литванија	23.0	23.1	23.0	24.3	22.5	20.9	22.2	31.4	34.5
Латвија	11.2	14.9	18.1	20.1	25.0	29.1	30.4	32.4	37.4

Извор: Foreign direct investment in the Baltic economy, Tartu, 2001. p.59

Користена литература

Bailey, David, Rachael Thomas and Roger Sugden, 1998, “Inward Investment in Central and Eastern Europe: the Compatibility of Objectives and the Need for an Industrial Strategy”, in Michael Storper et al, 1998, Industrial Policy for Latecomers in the Global Economy

Статистички годишник на Република Македонија, 2007 г.

Славица Рочоска: Меѓународна трговија, Економски факултет, Прилеп, 2003 г.

Marinova, S and M A Marinov, 2003, Foreign Direct Investment in Central and Eastern Europe (Transition and Development)

Government of the Republic of Macedonia - Sector for European Integration, National strategy for European integration of the Republic of Macedonia, Skopje, 2004

Government of the Republic of Macedonia, Invest in Macedonia

Eurostat, National bank of Romania, 2007

The Bulgarian Ministry of Finance, 1992-1998; National Bank of Bulgaria, 1999-2008

Ирена Кикеркова: Меѓународна економија, Економски факултет, Скопје

Karolina Kadash: Presentation for FDI in CEE, University of Bologna, 2008

Таки Фити: Основи на макроекономија, Економски факултет, Скопје, 2006 г.

UNCTAD, World Investment Report, 2008

UNCTAD, World Investment Report 2001, Promoting Linkages, UN, New York and Geneva, 2001

United Nations, The development dimension of FDI, New York and Geneva, 2003



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Помлад асистент Емилија Митева

УЛОГАТА НА СВЕТСКАТА БАНКА ВО СВЕТСКАТА ЕКОНОМИЈА

Abstract

The World Bank is one of the largest world's resources for financing of the countries in development, whose main target is with the use of their financial resources and large experience to help to poor countries. In today's world that are at the same time very rich and very poor, the challenge for reducing of poverty is very big. The World's Bank works on going through these differences by helping to the governments of the countries members in their intentions to invest into education and health centers, to provide water and electrical energy, and also their intentions in the fight against illnesses such as AIDS and malaria, protection of living environment and providing a descent life standard. Financial help from The World's Bank for the Republic of Macedonia provided realization of line of activities and continuing of international liquidity of the country.

Key words: *World Bank, developed countries, International monetary fund, financial transactions, economic growth*

Вовед

Светската банка претставува светски надмоќна организација, која фокусирајќи се на социјалниот и економскиот раст има инвестирано стотици милијарди долари во развој на сиромашните земји. Светската банка го унапредува развојот преку пристап до информациски ресурси, советодавни услуги, концесионални заеми за сиромашните земји, заеми за приватниот сектор, таргетирани инвестициски фондови, микрокредитирање, развојни иницијативи, инвестициско осигурување и меѓународни арбитражни регулативи. Основна мисија на Светската банка подразбира: поддржување на економскиот и социјалниот прогрес на земјите во развој, со што нивните луѓе можат да живеат подобар и поисполнет живот. Во просек, годишно, Банката позајмува приближно 18 милијарди долари на владите на околу 80 земји во развој, за поддршка на повеќе од 225 проекти¹. Во прилог на заемите, Банката нуди техничка помош и совети за владините политики.

¹ William A. Delphos: Inside the World Bank, Washington, 1997, page 2



„*Нашиот сон е свет без сиромаштија*” е основното мото на институцијата кое зборува за подобро утре, ветува поквалитетно образование и воопшто подобар живот.

Предмет на експлицитна разработка во натамошниот текст ќе биде токму Светската банка, односите со сестринската институција - ММФ, анализа на активностите во земјите во развој и најзначајниот сегмент - кредитните аранжмани кои Република Македонија ги има воспоставено со Светската банка.

МЕЃУНАРОДЕН МОНЕТАРЕН ФОНД VS СВЕТСКА БАНКА

Бретон Вудс институциите, како што колективно беа нарекувани Меѓународниот монетарен фонд и Меѓународната банка за обнова и развој -Светска банка, беа креирани во 1944 година со цел одржување на меѓународната ликвидност и враќање на системот на конвертибилни валути. Меѓународната финансиска заедница ѝ наложи примарна одговорност на Светската банка за финансирање на економскиот развој. Првите заеми на Банката беа наменети за финансирање на реконструирањето на воено разорените економии од Западна Европа. Кога поставената цел беше исполнета, вниманието беше насочено кон помош на сиромашните земји во светот.

Меѓународниот монетарен фонд и Светската банка не се поврзани на некој формален начин, но често ги координираат економските активности во таргетираните региони.

Клучните разлики помеѓу Меѓународниот монетарен фонд и Светската банка се прикажани преку следнава компаративна анализа:



Табела 1 - Карактеристики и цели на Светска банка и Меѓународен монетарен фонд

Светска банка	Меѓународен монетарен фонд
<ul style="list-style-type: none"> • Промовирање економски развој на сиромашните земји во светот. • Посебна финансиска помош преку Меѓународното здружение за развој (IDA) за сиромашните земји со per capita БНП помал од 865 \$ годишно. • Поттикнување на приватните претпријатија во земјите во развој преку активностите на Меѓународната финансиска корпорација (IFC). • Финансиски извори стекнати преку позајмување на меѓународниот пазар на обврзници. • Поседува овластен капитал од 184 милијарди \$, од кои земјите-членки плаќаат околу 10%. • 7.000 вработени од 181 земја-членка. • Претседателот на Банката е секогаш државјанин на САД. <p>Приоритетни цели:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Инвестирање во човечки капитал преку зголемување на обемот на вложени средства во образованието. • Поддршка на социјалниот развој и изградба на институциите како клучни елементи за намалување на сиромаштијата. • Зголемување на способноста на владините тела за обезбедување квалитетни, ефикасни и транспарентни услуги. • Поддршка на развојот на приватниот бизнис. 	<ul style="list-style-type: none"> • Промовирање глобална агенда за одржување на меѓународна монетарна стабилност. • Помош за сите земји-членки - развиени и земји во развој - кои привремено се соочуваат со проблеми во билансот на плаќање. • Надополнување на валутните резерви на земјите-членки, преку алокација на специјални права на влечење во пропорција со нивните квоти. • Финансиски извори обезбедени врз основа на уплатените квоти на земјите-членки. • Поседува целосно на располагање квоти со 145 милијарди СПВ (околу 215 милијарди \$). • 2.300 вработени од 184 земји-членки. • Претседателот на ММФ е државјанин на некоја од земјите од Западна Европа. <p>Приоритетни цели:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Консултации и соработка меѓу земјите-членки, за решавање на меѓународни монетарни проблеми. • Поттикнување на урамнотежен раст на меѓународната размена, со цел постигнување на висока стапка на вработеност, пораст на реалниот доход и развој на производните ресурси. • Стабилност на девизниот курс и одбегнување конкурентска депрецијација на валутите. • Мултилатерален систем на меѓународни плаќања, со цел избегнување на девизните ограничувања. • Краткорочни финансиски средства за корекција на краткорочните нарушувања во билансот на плаќања.

Извор: William A Delphos :Inside the World Bank, Washington, 1997, page 28



Овие две институции, кои јавноста честопати ги изедначува, преставуваат очигледни контрасти кои ги истакнуваат разликите во нивните култури, стилови и мисии: едната е посветена на искоренување на сиромаштијата, а другата на одржување на глобална стабилност. За разлика од ММФ, кој испраќа свој резидентен претставник во земјите во развој, значителен дел од персоналот на Светската банка живее перманентно во земјата во која се обидуваат да и помогнат.

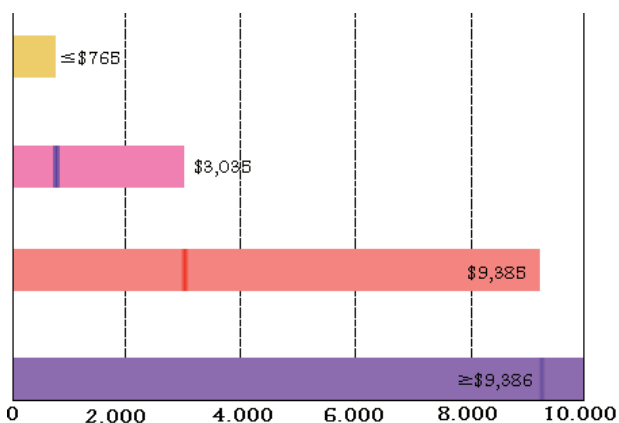
АКТИВНОСТИТЕ НА СВЕТСКАТА БАНКА ВО ЗЕМЈИТЕ ВО РАЗВОЈ

Согласно поставените критериуми на Светската банка, националните економии се класифицирани во три групи: нискоразвиени, средноразвиени и високоразвиени економии. Нискоразвиените и средноразвиените економии честопати се нарекуваат *развојни економии (земји во развој)*. Термините *индустријализирани* или *развиени* се однесуваат на држави чии економии се високоразвиени. Ваквата класификација, статистички изразена согласно со проекциите за просечниот годишен бруто домашен производ по жител по одделни земји подразбира²:

- 765\$ за нискоразвиените држави.
- Од 766\$ до 3.035\$ за средно-нискоразвиени држави.
- Од 3.036\$ до 9.385\$ за средно-високоразвиените држави.
- 9.386\$ за високоразвиените држави.

Графичкиот приказна просечниот бруто домашен производ по жител по одделни земји според ставот на Светската банка е следниов:

Графикон 1 - Класификација на земјите според степенот на развиеност



² The World Bank: Ibid page 23



Се поставува прашањето: во која група согласно со прикажаната графичка класификација според степенот на развиеност би фигурирале државите: Индонезија, Бангладеш, Словенија и Хрватска?

Одговорот би гласел: Индонезија и Бангладеш како репрезенти на одделни сиромашни региони од Источна и Јужна Азија се класифицираат во групата на нискоразвиени држави, Хрватска и Словенија од регионот на Европа се рангираат: Хрватска во групата на средно-нискоразвиени со претензии кон средно-високоразвиени држави и Словенија во групата на средно-високоразвиени држави.

Заемите на Банката најчесто се одобруваат со рок на отплата од 20 години и грејс период од 5 години од моментот на користење на заемот.

Со цел да го зголеми обемот на средства за финансирање на помалку развиените земји, Банката од средината на 70-тите години почнала да учествува и во кофинансирање на различни проекти. Кофинансирањето го врши во јавни национални и меѓународни агенции за развој, со комерцијалните банки и други институции за финансирање на развојот.

ОДНОСИТЕ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА СО СВЕТСКАТА БАНКА

Република Македонија спаѓа во групата на средно-нискоразвиени држави, согласно со остварениот просечен доход по жител од 2.380\$ годишно³. Таа е лоцирана на раскрсницата низ која се испреплетуваат значајни транспортни патишта кои ја поврзуваат Централна и Источна со Јужна и Југоисточна Европа. Малата територија, релативно високиот степен на економска отвореност (надворешно трговска размена изнесува 90% од GDP), опкружена од соседните земји ја прават земјата подложна и ранлива на надворешните влијанија кои се посебно актуализирани во изминативе 15 години.

Структурата на GDP во 2005 година ја сочинуваат: 59% врз основа на реализирани услуги во трговијата, транспортот и телекомуникациите; 29% се генерирани од индустријата и тоа првенствено од текстилната индустрија и експлоатација на природните ресурси како метали и минерали и 12% произлегуваат од земјоделскиот сектор⁴.

Државата имаше долга транзиција од централно-планска во пазарна економија, со напори за економските реформи во повеќе сектори кои честопати беа прекинувани. Примарна цел на Р. Македонија е членство во Европска унија (ЕУ). Таа беше првата држава која ја потпиша Спогодбата

³ <http://www.worldbank.org.mk>

⁴ <http://ibidem>



за стабилизација и асоцијација со ЕУ ,во април 2001 година, а го доби кандидатскиот статус во ноември 2005 година.

Економските индикатори и животниот стандард во Република Македонија се презентирани во следнава табела:

Табела 2 - Економски перформанси на Република Македонија

Индикатор	2005*
Население, вкупно (милиони)	2.0
Раст на население (годишно %)	0.2
Век на живеење, жени (години)	76.4
Век на живеење, мажи (години)	71.4
Број на сиромашни луѓе со \$2 на ден (% од популацијата)	2.0
БДП(милијарди \$САД)	5.77
БДП (раст)	3.8
ПП по жител, (\$САД)	2830
Инфлација, потрошувачки цени (годишно %)	0.0
Странски директни инвестиции, вкупно влез (% од БДП)	1.7
Невработеност, вкупно (% од вкупната работна сила)	37.2
Време потребно за започнување бизнис (денови)	48
Интернет корисници (на 1000 луѓе)	79

Извор: World Development Indicators (2006)

Високата стапка на невработеност од 37,2% ја класифицира Република Македонија во групата на земји со највисока невработеност. Економската состојба го проектира нивото на животниот стандард во државата. Посебно внимание треба да се посвети на актуализирање на информатичката технологија и бизнис согласно со директивите на светските развојни трендови.

Со членството на Р. Македонија во Светската банка во 1993 година и со исполнувањето на сите потребни услови, Бордот на директори на Светската банка обезбеди реализација на 36 проекти со вкупна сума од 882 милиони \$ наменети за развој на приватниот сектор, подобрување на инфраструктурата и обезбедување на социјална благосостојба во државата. Преку анализа на воспоставените аранжмани на Република Македонија со Светска банка и проекциите за економски раст на државата со финансиска помош од Банката ќе ја согледаме нејзината посебна важна улога во стимулирање на функционирањето на круцијалните сектори.



ФИНАНСИСКИ АРАНЖМАНИ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА СО СВЕТСКАТА БАНКА

Воспоставените аранжмани на Република Македонија со Светската банка се однесуваат на конкретни проекти од различни сектори во економијата и тоа: во приватниот сектор, здравството, образованието, електростопанството, земјоделството, социјалното осигурување итн. Посебно место заземаат аранжманите за поддршка на имплементирањето на макроекономската политика на државата и тоа:

- Заем за економско заживување. Во 1994 година на Република Македонија ѝ беше одобрен заем за економско заживување во износ од 76 милиони \$САД. Средствата од овој заем овозможува остварување на следните резултати: измена на законската регулатива преку донесување нов Закон за банки и штедилници, Закон за приватизација на претпријатија со општествен капитал, формирање на Агенција за санација на банки, либерализација на цените и надворешно-трговски режим, намалување на цените и контрола на инфлацијата.
- Кредит за прилагодување на финансискиот сектор и претпријатијата. Во мај 1995 година на Република Македонија и се одобрија средства во износ од 68.15 милиони \$САД со цел забрзување на реформите во финансискиот и корпоративниот сектор. Со имплементирањето на овој аранжман беше донесен Закон за реструктурирање на претпријатијата, и беше спроведена линеарна санација на билансите на сите банки, при што државата ги презеде сите побарувања и обврски на банките кон населението врз основа замрзнатите девизни депозити и дел од девизните обврски на банките кон странство.
- Заем за структурно прилагодување. Во мај 1997 година на Република Македонија во рамките на овој аранжман и беа одобрени средства во износ од 45 милиони \$. Со реформите преземени од заемот беа донесени повеќе закони и тоа: Закон за стечајна постапка, Закон за вработување, Закон за работни односи и Закон за странски директни инвестиции и беа преземени мерки за понатамошна санација на банките.
- Втор заем за приспособување на финансискиот сектор и претпријатијата. Во декември 2000 година, Светската банка ѝ одобри на Република Македонија, втор заем за приспособување на финансискиот и корпоративниот сектор во износ од 50 милиони \$САД. Реформите предвидени со овој аранжман подразбираа: заздравување на банкарскиот сектор, унапредување на приватниот сектор и решавање на проблемот со претпријатијата големи загубари.



Предностите од соработката на Република Македонија со Светската банка се согледуваат преку постигнувањето на макроекономската стабилност, одржување на стабилен девизен курс и намалувањето на буџетскиот дефицит. Таквата соработка е од особено значење доколку се зема предвид фактот дека станува збор за извор на финансирање кој е далеку поевтин во споредба со задолжување на државата на светските финансиски пазари, кои нудат капитал со повисоки комерцијални каматни стапки. Во услови на висок степен на ризик во регионот изостана очекуваниот прилив на странски директни инвестиции, со што заемите од Светската банка беа најадекватен извор на финансирање.

ПРОЕКЦИИ И ПРИОРИТЕТИ ЗА ЕКОНОМСКИ РАСТ

Аранжманите на Република Македонија со Светска банка од 1993 година ѝ овозможуваат макроекономска стабилност и креирање на здрав финансиски сектор.

Република Македонија мора да се фокусира на следниве три приоритетни области⁵:

- Интензивирање на економскиот раст. Согласно со поставените критериуми за влез во Европската унија, мора да бидат стимулирани и поддржани сите оние економски активности кои подразбираат зголемување на нивото на економски раст.
- Поддржување на реформите во финансискиот сектор, јавниот сектор и во секторот на претпријатијата.
- Имплементација на стратегија за намалување на сиромаштијата. Поради високата стапка на невработеност, се неопходни програми со кои се врши преквалификација на работниците.

Аранжманите со Светска банка овозможуваат олеснета трговија и транспорт. Тоа е особено значајно за држави како Република Македонија, бидејќи надворешната трговија учествува со голем дел во структурата на GDP. Светската банка имаше значаен удел во проектите за децентрализација на општините. Во 2006 година заемите на Светска банка за Република Македонија изнесуваа 87 милиони \$.

Во тесна консултација со Владата на Република Македонија, Светската банка подготвува Стратегија која се однесува на олеснување на напорите за влез⁶ во Европската унија и нагласување на економскиот раст. Клучните поенти на Стратегијата го покриваат временскиот интервал 2007-2010 година и се однесуваат на следново:

⁵ <http://www.worldbank.org.mk>

⁶ <http://Ibidem>



- 1. Ефикасно менаџирање со јавните ресурси и искоренување на корупцијата.** Посебно важна проблематика преставува токму ефикасната употреба на јавните ресурси, со поставување акцент на зајакната контрола на јавните финансии. Светската банка обезбедува помош и советување во врска со консолидирањето на буџетските фондови и успешно имплементирање на процесот на децентрализација.
- 2. Креирање на работни места преку унапредување на приватниот сектор.** Повеќегодишните програми за реформи беа конципирани во насока на стимулирање на приватниот сектор. За таа цел беа преземени мерки за подобрување на бизнис климата во државата, зајакнување на финансискиот сектор, подобрување на судството, создавање на ефикасна банкарска регулатива, сè со цел редуцирање на високата стапка на невработеност.
- 3. Промовирање социјална кохезија и заштита на најзагрозените.** Висококвалитетно образование, посебно за сиромашните деца мора да биде примарна цел на социјалната политика. Инвестирањето во човечки капитал треба да резултира со продуцирање на квалитетен кадар кој би обезбедил ниво на егзистенција над просечното.

Заемите кои Светска банка ги одобрила на Република Македонија, низ одделните временски периоди се графички претставени на следниов начин:

Графикон 2 - Одобрени заеми од Светска банка на Република Македонија



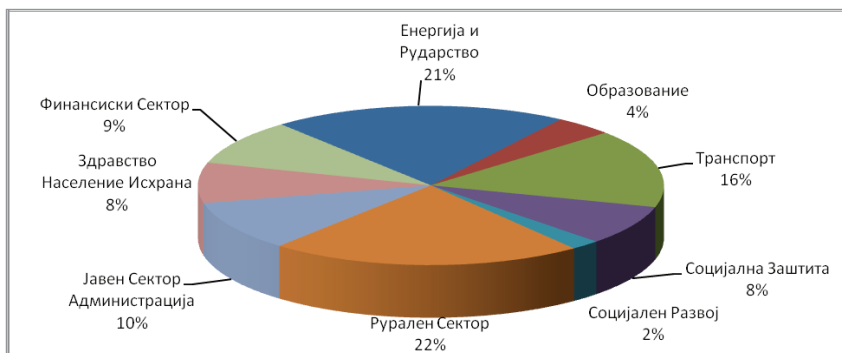
Заемот е за фискална година, јули 1 - јуни 30

Извор: www.worldbank.org.mk



Од прикажаната графичка анализа можеме да констатираме дека најголем износ на заеми од Светската банка за Република Македонија е одобрен во 1995 година, како и во 1999 година. Континуираноста на одобрување на заеми е присутна низ цел временски период од 1995 год. до 2006 година, со исклучок на 2000 и 2003 год., кога не е воспоставен ангажман со Светска банка. Дисперзираноста на заемите по сектори е прикажана на следниов начин:

Графикон 3 - Распореденост на заемите од Светска банка по сектори



Активно портфолио по сектори од јуни 2006 г. (САД \$ милиони)

Извор: www.worldbank.org.mk

Приближно најголем процент од заемите што ги одобрува Светска банка за Република Македонија за 2006 година е концентриран во руралниот сектор, со цел намалување на сиромаштијата, секторот за енергија и рударство и транспортниот сектор. За подобрување на функционирањето на јавниот сектор, судството и администрацијата се издвојуваат 10% од вкупните заеми на Банката. За ефикасно и квалитетно образование, заемите на Банката се 4% од вкупните заеми. Финансиската помош од Светска банка е до особено големо значење за Република Македонија. За тоа сведочат низата реформи имплементирани во банкарската регулатива, законодавниот систем, финансискиот сектор, со цел подобрување на бизнис климата во државата и зголемување на нивото на странски директни инвестиции.



Заклучок

Групацијата на Светска банка денес преставува еден од најзначајните извори на меѓународна финансиска поддршка на развојот. Нејзината основна задача е да обезбеди комбинирање на финансиски средства и идеи за подобрување на животниот стандард и отстранување на сиромаштијата во повеќе земји во развој во кои дејствува. Условите под кои се одобруваат заемите од Банката се исклучително поволни и ниту една земја во развој не би можела да издејствува заем под овие услови од која и да е друга финансиска институција, особено не од оние што се во рацете на приватниот капитал. Банката нема за задача да го финансира развојот на развиените земји, туку да обезбеди заеми за земјите од оние региони кои немаат економски капацитет да го издржат задолжувањето под вообичаените услови на меѓународниот пазар на капитал, ниту имаат преговарачка моќ за да добијат поволни кредити кај познатите финансиски институции во светот.

И покрај значителното ангажирање на Светската банка, светот е сè уште далеку од надминувањето на проблемот на сиромаштија, со оглед на фактот што околу 3 милијарди жители на планетава преживуваат со помалку од 2 \$ дневно, а околу 1,2 милијарди со помалку од 1\$ на ден.

Република Македонија се наоѓа во фаза на економски развој во која е неопходна соработка со Светска банка. Аранжманите кои Република Македонија ги има со Светската банка финансираат структурни реформи кои своите резултати ги имаат на долг рок. Остварени се повеќе значајни реформи во правец на постигнување макроекономска стабилност, одржување на стабилен девизен курс, намалување на буџетскиот дефицит, изградба на модерно законодавно-правна рамка, унапредување на приватниот сектор, конституирање на систем на социјална заштита, креирање на ефикасна банкарска регулатива, завршување на процесот на приватизација.

Економските политики и реформи кои се остваруваат во соработка со Светската банка треба да се конзистентни со реформите и политиките за конвергенција и интеграција кон Европската унија, како долгорочна стратегија на Република Македонија.



Користена литература

- Билјана Секуловска – Габер, Меѓународни организации и интеграции, Економски Факултет, Скопје, 2003 г.
- Ирена Кикеркова: Меѓународна економија, Економски факултет, Скопје, 2003 г.
- Тодор Тодоров, Армен Кадриовски: Меѓународна економија, Скопје, 2006 г.
- Тодор Тодоров, Димо Димков: Меѓународен менаџмент, Економски факултет, Прилеп, 2001 г.
- Бранислав Пелевич: Меѓународни економски односи, Економски факултет, Белград, 1999 г.
- Alan M. Rugman and Alain Verbeke: Global Corporate Strategy and Trade Policy, London and New York 2003



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Марија Манева, Центар за односи со јавноста при УГД

МАРКЕТИНГ МЕНАџМЕНТ ВО ВИСОКООБРАЗОВНИТЕ ИНСТИТУЦИИ

Abstract

The following text represents an analysis of the necessity for development, determination, implementation and management of the optimal marketing strategy in the high education institutions. The high education institutions, universities and faculties, have their primary objective to promote academic and scientific values, positioning them among the young population, and approximating them physically and ideologically. The work analyzes the factors and parameters relevant for determining the key elements for successful management of the marketing.

Key words: *high education institution, marketing strategy, marketing management, segmented group, communication, service marketing*

Апстракт

Овој текст претставува анализа на потребата од развивање, утврдување, имплементирање и раководење со оптимална маркетинг стратегија во високообразовните институции. Високообразовните институции, универзитети и факултети имаат базична задача да промовираат академски и научни вредности, да ги позиционираат меѓу младата популација, да ги доближат и во физичка и во идеолошка смисла. Трудот ги анализира факторите и параметрите релевантни за воспоставување на клучните елементи во успешното раководење со маркетингот.

Клучни зборови: *високообразовна институција, маркетинг стратегија, маркетинг менаџмент, сегментирана група, комуникација, услужен маркетинг*

Вовед

Социолошките проучувања на младите не укажуваат само на особеноста на младите како социјална група и нивната социјална ранливост која бара посебни акции и програми, туку истакнуваат дека младите поради својата непотполна социјализација и невклученост во системот на општествени движења се добар индикатор за идните општествени движења, но и нивен генератор. Во овој контекст, една од карактеристиките на модерните општества е продолжувањето на процесот на образованието



како императив на економскиот развој, но и развојот на демократијата и индивидуалната рационалност.

Високообразовните институции, универзитети и факултети имаат базична задача да промовираат академски и научни вредности, да ги позиционираат меѓу младата популација, да ги доближат и во физичка и во идеолошка смисла¹. Современиот менаџмент концепт во образованието претпоставува способност за внимателно градење на маркетинг стратегија и нејзино успешно менаџирање при остварување на утврдените задачи и цели на високообразовната институција.

Анализа на фактори за утврдување на оптимална маркетинг стратегија
Тргувајќи од дефиницијата за маркетингот како насочена активност на претпријатието во преземање на такви деловни активности во кои приоритетна улога добива односот производител-потрошувач, а не само класична продажба (производител-трговија), ја елеминира најмалата теоретска скепса за потребата и користа од маркетингот во образовните институции.

Управувањето и раководењето со маркетингот во високообразовните институции е предизвик кој треба да се гради и развива како сè уште недоволно истражувана област, па и повеќе од тоа, како научен предизвик за современите маркетари.

Краткиот преглед на научната литература во која се опсервира менаџментот во образованието, маркетинг менаџментот во високообразовните институции, еднакво како и услужниот маркетинг, се теоретизира на ниво на PR комуникацијата и односи со јавноста. Во голема мера овој став на современите теоретичари е оправдан, имајќи предвид дека услужниот маркетинг битно се разликува од производниот маркетинг.

Услугата е акција во која се прави нешто за некого или нешто. Современите маркетари зборуваат за природата на услугата како:

- Нераздвојна – од аспект на местото каде се консумира и давателот на услугата. На пример, студентот предавањето од страна на професорот не може да го однесе дома, освен ако не е во печатена форма, но тогаш се работи за книга/производ, а не за услуга.
- Нематеријална – нема реално, физичко присуство како производот.
- Единствена, неповторлива и варијабилна - услугата никогаш не може да биде повторена на ист начин. Повеќе луѓе се вклучени во испорачувањето на услугата. Ист тип на услуга може да биде испорачана од различен испорачувач.
- Право на сопственост – правото на сопственост останува кај испорачувачот на услугата².

¹ Гоцевски, Трајан: Образовен менаџмент, Македонска ризница, Куманово, 2003 г.

² Јаковски, Бошко, Циунова-Шулеска, Анита: Маркетинг менаџмент, универзитетски учебник, Економски факултет, Скопје, 2004 г.



Управувањето со маркетингот во високообразовните институции започнува со примена на установениот маркетинг концепт: анализа, планирање, примена и контрола.

Ефикасната маркетинг стратегија нужно бара внимателна анализа. Анализата треба да започне од сегментацијата на општествените групи кои ќе бидат утврдени како потесни целни групи, применувајќи ги критериумите за сегментирање на пазарот врз основа на следниве карактеристики на потрошувачите:

- демографски карактеристики на потрошувачите (возраст, пол, големина на семејство, приход, занимање, образование);
- општествени карактеристики на потрошувачите (култура, општествена класа, улога, референтна група);
- психолошки карактеристики на потрошувачите (животен стил, персонални карактеристики, ставови, ниво на информираност, вклученост при донесување одлуки).

Високообразовните институции се обраќаат во прв ред кон средношколците (матурантите) и нивните родители, особено заради вклученоста при донесување одлуки како психолошка карактеристика на потрошувачите. Една психосоцијална дефиниција „младите“ ги дефинира како општествена група која ја одликува завршување на процесот на биолошкото созревање, но не и социјално созревање, односно преземање на општествени улоги. Оттука, родителите имаат значајно влијание врз донесувањето на одлуката дали нивните деца ќе го продолжат своето образование и која високообразовна институција ќе ја изберат.

Два, од неколкуте, клучни фактора при изборот на факултетот се во голема мера одредени од родителите: цената на чинење на студиите и локацијата на факултетот (родителите најчесто ги бираат факултетите кои се поблиску до нивното место на живеење).

Високообразовните институции имаат две потесни (фокусирани) целни групи:

1. средношколци/матурани/студенти/млади луѓе и нивните родители/професори, како и поширока целна група;
2. образовни институции;
3. приватни и јавни институции;
4. локална и државна власт;
5. медиуми;
6. научна/академска јавност;
7. општествена јавност.

Според демографските карактеристики се работи за активна популација, на возраст од 15 до 50 години, со место на живеење во градски и рурални средини. Според психолошките карактеристики целните групи



имаат задоволително ниво на информации за генералните општествени случувања, лесно соработуваат, отворени се за повеќе информации, работоспособни, со релативна вклученост во општествениот живот.

Истражувањата на Државниот завод за статистика на Република Македонија пожуваат дека бројот на ученици во средните училишта во учебната 2007/2008 година изнесувал 95.109, според половата поделеност овој број изнесува:

Ученички	44.449
Ученици	50.660

Едно друго истражување на истиот извор кое го анализира просечното дневно користење на времето според активности покажува дека оваа возрасна група 8 часа и 50 минути во денот троши на спиење, 6 часа на слободни активности (*гледање телевизија и видео, дружење, посетување и примање гости, читање книги и списанија, спортување, радио, работа на компјутер, телефонски разговори, забава, култура и ументост) и 2 часа на школување³.

Според истото истражување, бројот на популацијата на возраст од 40 до 60 години изнесува 512.584 од кои 56% се вработени, а 44% се регистрирани како невработени, иако овој процент на невработеност е релативен имајќи предвид дека се работи за активно население кое генерира одредени приходи, но нема засновано редовен работен однос.

Од просечното дневно користење на времето според активности, 8 часа и 13 минути оваа популација го минува во спиење, 4 часа и 38 минути го троши на слободни активности (*гледање телевизија и видео, дружење, посетување и примање гости, читање книги и списанија, спортување, радио, работа на компјутер, телефонски разговори, забава, култура и уметност), 4 часа и 12 минути на домашни активности и 3 часа и 17 минути на вработеност (работа).

Имајќи ги превид демографските, психолошките и општествените карактеристики на сегментираните целни групи, анализата покажува дека е најдобро да се планира и воспостави стратегија на деконцентриран маркетинг кој ќе комуницира и со двете целни групи – средношколците и нивните родители.

Фазата на планирање на оваа стратегија треба да даде одговор на следниве прашања:

- Какви специфични маркетинг програми соодветствуваат на профилот на сегментираната група?
- Како најлесно да им се пристапи на овие групи?
- Како да се позиционира програмата?

³Државен завод за статистика, Анкета за користење на времето, септември 04'



- Како да се развие оптимален маркетинг микс за секоја сегментирана група?
- Како да се постигне ефикасна комуникација?
- Која е целта на комуникацијата (да информира, да влијае, да бара повратна спрега)?
- Како да се пренесе пораката (содржина и форма)?

Дефинирање на маркетинг и PR алатки

Високообразовна институција е институција која дава услуги од областа на образованието и науката. Оттука, при дефинирање на начините и средствата за реализација на маркетинг стратегијата треба да се земат предвид алатките коишто се користат во услужниот маркетинг, но и сите карактеристики кои го разликуваат услужниот од производниот маркетинг. Поаѓајќи од клучните елементи на маркетинг миксот 7P, важноста на учесниците/испорачувачи на услуга ќе се издвои како суштинска.

Наставниот кадар е тој којшто во прв ред ја дава услугата на корисниците и креира задоволни/незадоволни корисници, односно студенти.

Сепак, не само наставниот кадар, целокупниот административен кадар исто така во голема мера го гради или нарушува позиционирањето на високообразовната институција преку секојдневната комуникација со студенти, родители, потенцијални студенти, претставници од други институции, пошироката општествена јавност.

Принципот “word of mouth” е многу влијателен принцип во маркетингот: задоволниот корисник своето задоволство ќе го пренесе на 5 луѓе, а незадоволството на 15.

Оттука во делот на PR многу е важно институцијата да имплементира интерно стандардизирање преку кодекс на однесување и кодекс на облекување кој ќе вклучува инструкции за тоа како треба да се однесуваме на работното место, како треба да ги поздравуваме надворешните лица („Добар ден, повелете, како можам да Ви помогнам!“), да ја идентификуваме институцијата при одговарање на телефонски повик итн.

Вработените се важна PR алатка, затоа градењето на професионален тим е од исклучително значење.

Комуникацијата со медиумите и преку медиумите е многу важна и во фазата на позиционирање на институцијата преку подигање на свеста на јавноста за постоењето на универзитетот, факултетите и студиските програми кои ги интегрира, и во фазата на одржување и развивање на позицијата преку информирање за активностите кои универзитетот ги организира и реализира во сферата на образованието, науката и останатите подрачја кои имаат пошироко општествено значење.



Институцијата во прв ред треба да воспостави одлична соработка со локалните електронски и печатени медиуми во градовите каде има свои кампуси, односно во местото на живеење на фокусираната целна група (младите, нивните родители, професори). Понатаму, институцијата треба да ги информира и известува и националните медиуми за сите настани кои имаат национално значење и ќе допрат до пошироката целна група.

Комуникацијата со медиумите и јавноста преку медиумите ќе се врши преку емитување на специјално изработени видео и аудио рекламни спотови, специјални PR радио и ТВ прилози, емисии, интервјуа, информативни и специјализирани флаери, букмаркери, планери, академски календари инсертирани во печатени медиуми, печатени дневни весници (затоа што се најчитани, бројот на просечно продадени дневни весници треба да се помножи со три за да се добие реалниот број на луѓе кои го читаат тој весник), PR текстови во списанија научни или забавни (психолошкиот аспект на купување на списанија е дека овие луѓе планираат да потрошат извесно време читајќи го списанието, веројатноста дека PR текстот или научниот текст ќе биде прочитан е повеќе од 90%)⁴, поставување на банери на локални веб-страници и национални веб-страници, чија содржина и целна група кореспондира со маркетинг стратегијата и целната група на универзитетот.

Комуникацијата со медиумите и преку медиумите треба да биде континуирана и да трае во текот на целата година, користејќи ги различните форми и алатки за медиумска презентација.

Алатките кои го нагласуваат физичкото присуство на високообразовните институции се исто така многу важна и моќна маркетинг алатка. Алатките кои го нагласуваат физичкото присуство имаат за цел да ја градат, позиционираат и одржуваат репутацијата на високообразовните институции (репутација како начин на перцепција и градење став за високообразовните институции од страна на фокусираната и пошироката целна група).

Алатките за физичкото присуство, главно, треба да испраќаат едноставни и кратки пораки до јавноста, освен оние алатки кои се лоцирани на одредени места со определна намена и имаат за цел да информираат брзо и едноставно (билборд поставен пред универзитетски кампус на кој е прикажана мапа од кампусот).

Високообразовните институции можат да ги користат следниве алатки за физичко присуство: поставување билборди на фреквентни места (раскрсници, градски мостови, влез и излез од град), поставување на банери на згради, поставување на брендирани патокази, брендирање на градски постојки, брендирање на градски, меѓуградски автобуси, минибуси, комбиња, поставување на брендирани корпи за отпадоци, брендирање на клупи и др.



Објектите кои се во сопственост на високообразовната институција, факултети, универзитетски кампуси, библиотеки, треба да имаат стандардизиран изглед.

Директен маркетинг овозможува директна комуникација со фокусираната и пошироката целна група (лична продажба е ефикасен начин да се воспостави посакуваната релација со клиентот), преку:

- организирање на едукативни настани (конференции, дебати, работилници, семинари, обуки);
- организирање настани од социјален карактер (поддршка на крводарителски акции, чистење на животната средина, поставување на корпи за отпадоци, донирање на компјутерска опрема во училишта и др.);
- организирање на промотивни настани (саем на книги издадени од универзитетот, организирање на изложби, концерти, промоции на книги, ЦД-ром, ЦД, спортски натпревари, учество на саеми, размена на искуства во др. земји, филмски проекции, претставување на факултетите и студиските програми во средните училишта, поставување на информативен пункт/штанд во пресрет на уписите во училишните дворови и на др. фреквентни места во централното градско подрачје, др.) Овие настани овозможуваат вмрежување со институциите, јавноста, одредени групи, воспоставување нови контакти и одржување на старите. Целта на овие настани е да се подигне нивото на свесност за постоењето на институцијата, но и да се воспостави директна комуникација со сегментираната целна група;
- дистрибуција на универзитетски весник/newsletter по пат на електронска пошта (до сите студенти на универзитетот, заради финансиски и временски ефект), по пошта до сите релевантни институции (образовни институции, локална власт, јавни институции, медиуми, соработници), директна дистрибуција до трафики, специјализирани продавници за списанија, универзитетски кампуси.

Веб-страницата на високообразовната институција треба да овозможи брзо, едноставно, навремено и објективно информирање за целокупните активности на институцијата. Бидејќи се работи за медиум кој е креиран од страна на институцијата, сите содржини треба да бидат внимателно селектирани, јасни, прецизни и да ја отсликуваат мисијата и визијата на високообразовната институција. Веб-страницата е сервис на сите граѓани, затоа треба да понуди едноставна навигација и лесен пристап до сите информативни, едукативни и забавни содржини.



Евалуација

Евалуацијата е клучна за добивање на објективен показател за успешноста од имплементација на маркетинг стратегијата. Евалуацијата се врши со интерни истражувања, анкетирања, „тајно купување“, испитување на мислењето на студентите, родителите, таргетираните групи, интервјуирање и др. форми.

Истражувањата треба да ги лоцираат тесните грла, објективните и субјективните препреки при имплементација на маркетинг стратегијата, и да произведат иницијативи за преземање на корективни чекори.

Заклучок

Во академската 2001/2002 година бројот на високообразовните институции во Република Македонија изнесувал 30, а минатата 2007/2008 година бројот се зголемил за 51 и денес изнесува вкупно 81 (вкупен број на факултети и високи стручни школи).

Високото образование е составен и неодоив елемент од развојот на секоја земја. Високообразовните институции имаат најсилно влијание во одредувањето на општествено-економскиот развој. Прашањето дали треба да се развива високото образование, дали треба да се промовира преку востановени маркетинг програми, не е прашање на добра волја, туку обврска на сите чинители вклучени во процесот на креирање и продуцирање на образовните и научните процеси. Високообразовните институции инкорпорирајќи етаблирани образовни и научни вредности признати од домашната и меѓународната научна јавност го имаат приматот во продуцирање на квалитетен кадар кој ќе го аплицира своето знаење во сите сфери на општественото живеење, овозможувајќи конзистентен национален економски развој.

Користена литература

Јаковски, Бошко, Циунова-Шулеска, Анита: Маркетинг менаџмент, универзитетски учебник, Економски факултет, Скопје, 2004 г.

Kotler Philip, Marketing Management, eleventh edition, Prentice Hall, Inc., New York, (2003)

Шуклев, Бобек: Менаџмент, четврто издание, универзитетски учебник, Економски факултет, Скопје, 2004 г.

Гоцевски, Трајан, Образовен менаџмент, Македонска ризница, Куманово, 2003 г.

Државен завод за статистика на Република Македонија

Национална програма за развој на образованието во Република Македонија 2005-2015 г.



Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет - Штип

Дипл. психолог Билјана Герасимова

ВЛИЈАНИЕТО НА СТЕПЕНОТ НА ОБРАЗОВАНИЕ, ВИСИНАТА НА ЛИЧНИОТ ДОХОД И ОБЛАСТА НА РАБОТА ВРЗ НАЧИНОТ НА ОДНЕСУВАЊЕ ПРИ КУПУВАЊЕ

Abstract

The purpose of this research was to measure the degree of education, the level of salary and the field of work on buyer's habits.

The research was done on a specified sample of employees in ProCredit bank-Stip, Stopanska Banka-Stip, MAVIS confection and Gradska Bolnica (City hospital)-Stip.

As a measure instrument inquiry was taken - anex.

The inquiry was done on 108 questioners, from which 42 employed in confection, 30- in a bank and 36 in a hospital.

The result showed that the way of acting during shopping, categorized in type A and type B, is parallel with the education degree, the level of salary and the field of work.

Although this research shows connection between the researched factors, the results can not be generalized because the influence of other factors can not be excluded.

Key words: *consumer, buying, commercial advertising, research, indicators*

Вовед

Психологијата е применета наука која опфаќа цела низа од животни области. Во шареноликоста на области кои ги опфаќа, застапена е и една област која зазема сè поголеми размери, која станува многу популарна и подложна на бројни истражувања. Тоа е психологијата на економската пропаганда.

Психологијата на економската пропаганда е релативно најблиска до индустриската психологија. Како што е познато, индустриската психологија се занимава со психолошките проблеми на човекот во работата. Нејзините основни проблеми се однесуваат на човекот - производител. Но не е доволно продуктот само да се произведе. Потребно е тој и да се продаде, односно да се пласира на пазарот. Според тоа, психологијата на економската пропаганда се занимава со психолошките проблеми кои се во врска со продажбата на производите. За да се постигне таа цел е потребно производот да го импресионира човекот - потрошувач за кој е



наменет производот и на кој се однесува проблемот на психологијата на економската пропаганда.

Со оглед на тоа што потрошувачот е главна и единствена цел на економската пропаганда, разбирливо е сите проблеми да извираат од проблематиката на психологијата на човекот - потрошувач, кој е сложен склоп, кој треба да се анализира и да се утврдат психичките процеси што треба да се имаат предвид при организирање на економската пропаганда.

Економската пропаганда кај потрошувачите постигнува влијание кое има двоен карактер: психолошки и економски карактер, кој е последица на првиот.

Суштината на психолошкото влијание се гледа во формирањето, развивањето и менувањето на потребите кај голем дел од потрошувачите. Потребно е потрошувачите да бидат постојано известувани за нивните производи, со што ќе се зголемат нивните потреби.

Економската пропаганда своите психолошки влијанија ги реализира преку решавањето на естетската култура кај потрошувачите. Таа со своите решенија околу амбалажата и пораките ги задоволува барањата за убаво. Суштината на економското влијание на економската пропаганда се состои во постојано зголемување на обемот на производството, што доведува до поевтинување на производите. Од ова произлегуваат многу позитивни елементи од кои најважни се: зголемување на продуктивноста, нови вработувања, подобрување на животниот стандард и сл.

Меѓутоа, не треба да се мисли дека е доволно економската пропаганда да ги разбуди желбите и потребите на потрошувачите за нови производи и услуги и да ги постигне психолошките и економските ефекти. Економската пропаганда за да има поголем ефект и да предизвика вистински желби за купување производи мора да биде во согласност со психолошките својства на оние на кои им се наменети. Случајните пропагандни акции, без познавање на внатрешниот живот на потрошувачите, не ќе вродат плод, па дури можат да имаат и спротивни ефекти и економски загуби.

Затоа, денес економската пропаганда е организирана дејност која ги користи резултатите на психологијата како наука. За утврдување на човековото однесување во одредени околности што се важни за пропагандните акции, таа ги користи методите на психологијата. Посебно внимание е посветено на несвесните реакции во разбудувањето на желбите и потребите за купување.

Целта на економската пропаганда е да ги поттикне и да ги придобие купувачите да го купат производот, но таа не е семожна.

Ефектите од економската пропаганда ќе бидат поголеми ако квалитетот на стоката која се пропагира е добар и постојан, ако има практична вредност, добар дизајн, добра амбалажа и сл. Луѓето имаат



свои потреби што се поврзани со нивните знаења и образованието. Доколку еден човек има повеќе знаења - неговите потреби се поразвиени, и спротивно, тие потреби можат да се сведат само на примарните. Затоа, битна задача на производителите и трговијата е да влијаат на разбудувањето и развивањето на нивните потреби, а тоа значи да влијаат на нивниот психички живот.

Во обидот да се одговори на прашањето за влијанието на степенот на образование, висината на личниот доход и областа на работа врз начинот на однесување при купување, односно тестирање на поставените хипотези, е направено ова истражување.

Дефинирање на проблем на истражување

Купувањето е дел од секојдневието на секој човек. Голем дел од неговите размислувања и одлуки, за време на купувањето, се однесуваат на тоа кој производ ќе биде негов избор и ќе се вклопи во неговиот начин на живеење. Процесот на решавање проблеми при купување е многу сложен процес, иако навидум не изгледа така. Секој човек има различен начин на однесување при купување, кој е во зависност од неговата личност.

Со цел подобро да се разбере различниот начин на однесување при купување, извршив истражување со кое ќе ја увидиме поврзаноста на степенот на образование, висината на личниот доход и областа на работа со начинот на однесување при купување.

Врз основа на досега изнесеното, проблемот што е од интерес може да се дефинира на следниов начин: *дали степенот на образование, висината на личниот доход и областа на работа имаат влијание врз начинот на однесување при купување?*

Истражувачка хипотеза

Од поставениот проблем може да се извлече хипотезата: *степенот на образование, висината на личниот доход и областа на работа имаат влијание врз начинот на однесување при купување.*

Од основната хипотеза се формулирани три субхипотези:

- степенот на образование има влијание врз начинот на однесување при купување;
- висината на личниот доход има влијание врз начинот на однесување при купување и
- областа на работа има влијание врз начинот на однесување при купување.



Дефинирање на истражувачките варијабли

Според начинот на однесување при купување, испитаниците се поделени во две категории: тип А и тип Б.

Во **тип А** спаѓаат субјекти кои почесто купуваат во големи супермаркети, сакаат да купуваат рекламирани производи со интересна и привлечна обвивка и често купуваат производи кои ги немаат пробано. Тоа се субјекти на кои купувањето им претставува задоволство.

Во **тип Б** спаѓаат субјекти кои се однесуваат спротивно од тип А, во однос на начинот на однесување при купување. Тоа се субјекти на кои купувањето не им претставува големо задоволство. Почесто купуваат од најблискиот минимаркет, рекламата и обвивката на производот немаат големо влијание во изборот при купување, најчесто купуваат производи кои им се проверени и ги користат подолго време.

Категоризацијата на купувачите во тип А и тип Б е направена на следниов начин.

Во однос на четвртото прашање од анкетниот лист (прилог), субјектите имаа обврска да дадат по еден точен одговор на секое потпрашање. На секое од петте потпрашања се понудени по два одговора: **а** и **б**. Одговорите под **а** се однесуваат на субјектите кои припаѓаат на тип А во однос на начинот на однесување при купување, а одговорите под **б** на тип Б. Оние субјекти кои имаат заокружено повеќе одговори под **а**, се категоризирани во тип А, а субјектите кои имаат повеќе одговори под **б**, во тип Б. Независни варијабли се: степенот на образование, висината на личниот доход и областа на работа.

Според степенот на образование субјектите беа категоризирани во следниве категории:

- основно образование
- средно образование
- високо образование.

Висината на личниот доход е изразена преку следниве категории:

- до 10.000 денари
- до 15.000 денари
- до 20.000 денари
- над 20.000 денари.

Според областа на работа, во ова истражување беа вклучени субјекти вработени во конфекција, банка и болница.



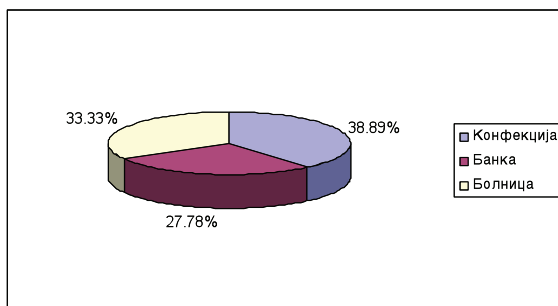
МЕТОД

Основни податоци за примерокот на испитаници

Испитувањето е направено на пригоден примерок од 108 испитаници.

Испитаниците се вработени во следниве претпријатија: Прокредит банка - Штип, Стопанска банка - Штип, Модна конфекција „Мавис“ - Штип и Градска болница - Штип.

На слика 1 е прикажана структурата на примерокот според областа на работа.

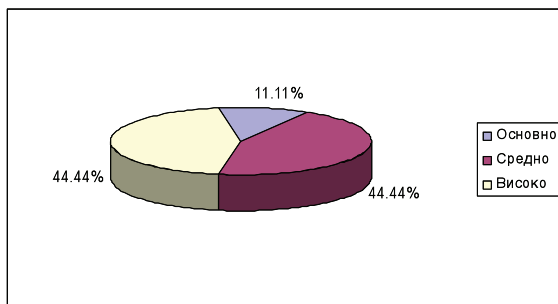


Слика 1 - Структура на примерок според област на работа

Од слика 1 може да се види дека вкупниот број испитаници според областа на работа процентуално се распоредени на следниов начин:

- испитаници вработени во конфекција се 42 или 38,89%,
- испитаници вработени во банка се 30 или 27,78% и
- испитаници вработени во болница се 36 или 33,33%.

На слика 2 е прикажана структурата на примерокот според степенот на образование.



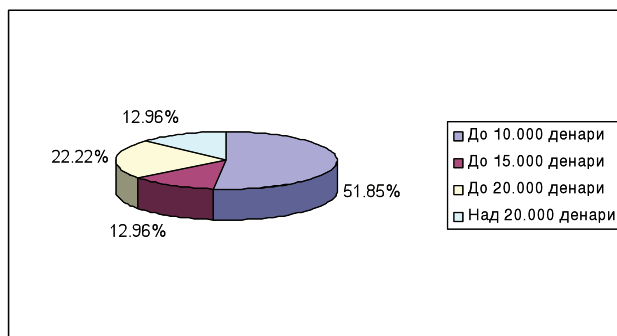
Слика 2 - Структура на примерок според степен на образование



Од слика 2 може да се види дека вкупниот број испитаници процентуално се распоредени според степенот на образование на следниов начин:

- испитаници со основно образование се 12 или 11,11%,
- испитаници со средно образование се 48 или 44,44% и
- испитаници со високо образование се 48 или 44,44%.

На слика 3 е прикажана структурата на примерокот според висината на личниот доход.



Слика 3 - Структура на примерок според висина на личен доход

Од слика 3 може да се види дека вкупниот број испитаници процентуално се распоредени според висината на личниот доход на следниов начин:

- субјекти со личен доход до 10.000 денари се 56 или 51,85%,
- субјекти со личен доход до 15.000 денари се 14 или 12,96%,
- субјекти со личен доход до 20.000 денари се 24 или 22,22% и
- субјекти со личен доход над 20.000 денари се 14 или 12,96%.

Мерен инструмент

За прибирање на податоците е користен анкетен лист (прилог). Во овој лист субјектите треба да дадат одговор со заокружување на еден од повеќе понудени одговори.

Анкетниот лист се состои од четири прашања. Со првото прашање е мерена независната варијабла - област на работа. Со второто прашање е мерен степенот на образование, а со третото - висината на личниот доход. Со четвртото прашање е мерена зависната варијабла - начин на однесување при купување. Ова прашање се состои од пет потпрашања. На секое од петте потпрашања се понудени по два одговора: а и б. Во



однос на начинот на однесување при купување од испитаникот се очекува да даде по еден точен одговор на секое потпрашање.

На испитаниците им беше кажано дека анкетае е анонимно и дека добиените податоци ќе бидат употребени за истражувачки цели на Институтот за психологија.

Истражувачка постапка

Истражувањето беше спроведено во мај 2006 година.

Анкетниот лист им беше даден на испитаници вработени во: Прокредит банка - Штип, Стопанска банка - Штип, Модна конфекција „Мавис“ - Штип и Градска болница - Штип.

На секој испитаник му беше даден по еден анкетен лист и му беше објаснето дека се работи за анкета која е анонимна, која трае многу кратко, а која треба да ја пополнат со заокружување на понудените одговори.

Поголемиот дел од испитаниците го пополнуваа анкетниот лист за време на паузата од нивното работно време, а дел од нив го пополнуваа веднаш по задавањето.

РЕЗУЛТАТИ И ИНТЕРПРЕТАЦИЈА

Резултатите од истражувањето ќе бидат прикажани во повеќе табели.

Во табела 1 се прикажани резултатите за односот на областа на работа и начинот на однесување при купување.

Табела 1 - Однос на областа на работа и тип на однесување при купување

Работна организација	Тип А	Тип Б	Σ
Банка	14 (11,39)	16 (18,61)	30
Конфекција	9 (15,94)	33 (26,06)	42
Болница	18 (13,67)	18 (22,33)	36
Σ	41	67	108

$$\chi^2 = 8,04$$

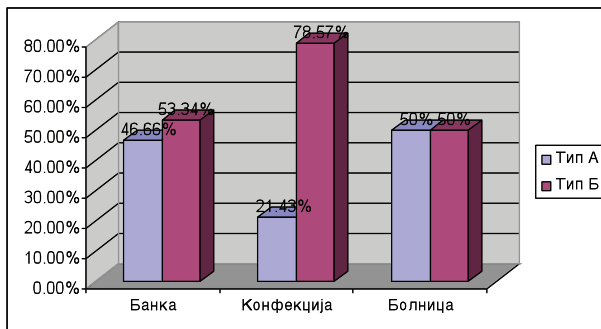
$$df = 2$$

$$p < 0,05$$

Добиениот χ^2 е статистички значаен на ниво 0,05 со што се отфрла нултата хипотеза и се прифаќа алтернативната хипотеза. Областа на работа влијае врз начинот на однесување при купување.



На слика 4 е прикажан односот помеѓу областа на работа и начинот на однесување при купување во проценти.



Слика 4 - Однос помеѓу област на работа и начин на однесување при купување

Од слика 4 се гледа дека:

- од испитаниците вработени во банка, според начинот на однесување при купување 46,66% припаѓаат на тип А, а 53,34% на тип Б;
- од испитаниците вработени во конфекција - 21,43% припаѓаат на тип А, а 78,57% припаѓаат на тип Б и
- од испитаниците вработени во болница - 50% припаѓаат на тип А и 50% на тип Б.

Во табела 2 се прикажани резултатите од односот на степенот на образование и типот на однесување при купување.

Табела 2 - Однос на степен на образование и тип на однесување

	Тип А	Тип Б	Σ
Основно	2 (4,56)	10 (7,44)	12
Средно	13 (18,22)	35 (29,78)	48
Високо	26 (18,22)	22 (29,78)	48
Σ	41	67	108

$$x^2 = 8,27$$

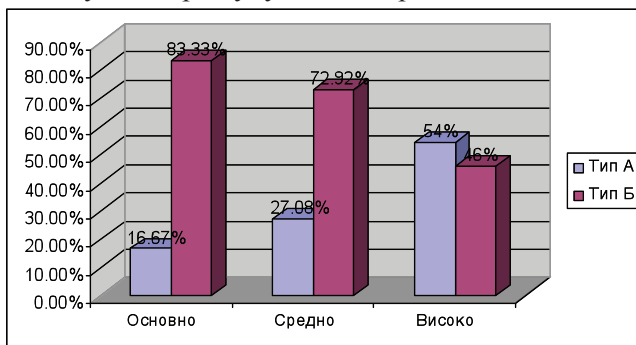
$$df = 2$$

$$p < 0,05$$

Добиениот е статистички значаен на ниво 0,05 со што се отфрла нултата хипотеза, а се прифаќа алтернативната. Резултатите покажуваат дека степенот на образование има влијание врз начинот на однесување при купување.



На слика 5 е прикажан односот помеѓу степенот на образование и начинот на однесување при купување во проценти.



Слика 5 - Однос помеѓу степен на образование и начин на однесување при купување

Од слика 5 се гледа дека:

- од испитаниците со завршено основно образование, според начинот на однесување при купување 16,67% припаѓаат на тип А, а 83,33% на тип Б;
- од испитаниците со завршено средно образование - 22,08% припаѓаат на тип А, а 72,92% на тип Б и
- од испитаниците со завршено високо образование - 54,16% припаѓаат на тип А, а 45,84% на тип Б.

Во табела 3 се прикажани резултатите од односот на висината на личниот доход и типот на однесување при купување.

Табела 3 - Однос на висина на личен доход и тип на однесување при купување

	Тип А	Тип Б	Σ
до 10.000 ден	12 (21,26)	44 (34,74)	56
до 15.000 ден	6 (5,31)	8 (8,68)	14
до 20.000 ден	14 (9,11)	10 (14,88)	24
над 20.000 ден	9 (5,31)	5 (8,68)	14
Σ	41	67	108

$$x^2 = 14,98$$

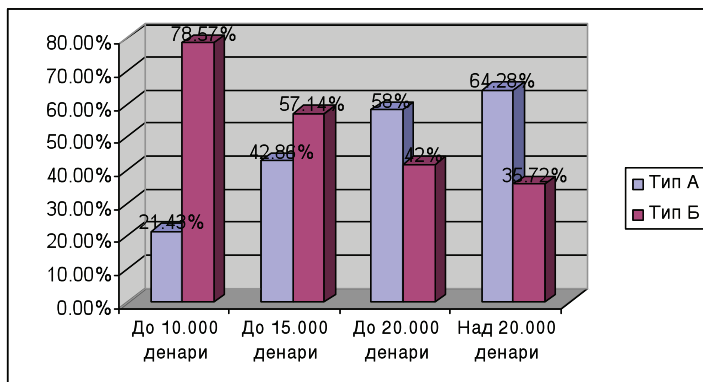
$$df = 3$$

$$p < 0,01$$

Добиениот x^2 е статистички значаен на ниво 0,01 со што се отфрла нултата хипотеза, а се прифаќа алтернативната. Резултатите покажуваат дека висината на личниот доход значајно влијае врз начинот на однесување при купување.



На слика 6 е прикажан односот помеѓу висината на личниот доход и начинот на однесување при купување



Слика 6 - Однос помеѓу висина на личен доход и начин на однесување при купување

Од слика 6 се гледа дека:

- од испитаниците кои имаат личен доход до 10.000 денари, според начинот на однесување при купување 21,43% припаѓаат на тип А, а 78,57% на тип Б;
- од испитаниците кои имаат личен доход до 15.000 денари - 42,86% припаѓаат на тип А, а 57,14% на тип Б;
- од испитаниците кои имаат личен доход до 20.000 денари - 58,33% припаѓаат на тип А, а 41,67% на тип Б и
- од испитаниците кои имаат личен доход над 20.000 денари - 64,28% припаѓаат на тип А, а 35,72% припаѓаат на тип Б.

Од досега добиените резултати може да заклучиме дека се прифаќа основната хипотеза: степенот на образование, висината на личниот доход и областа на работа имаат влијание врз начинот на однесување при купување.

ДИСКУСИЈА

Предмет на ова истражување е да се увиди дали степенот на образование, висината на личниот доход и областа на работа имаат влијание врз начинот на однесување при купување.

Истражувањето е спроведено на пригоден примерок од 108 испитаници, од кои 30 испитаници вработени во банка, 42 во конфекција и 36 во болница. Резултатите добиени од истражувањето ја потврдија истражувачката хипотеза, според која: степенот на образование, висината



на личниот доход и областа на работа имаат влијание врз начинот на однесување при купување.

Првата субхипотеза е потврдена, што значи степенот на образование има влијание врз начинот на однесување при купување. Добиениот хи квадрат е значаен на ниво 0,05. Од слика 5 се забележува дека процентуалната распределеност на тип А и тип Б во однос на различниот степен на образование значајно се разликува. Потрошувачите кои се со понизок степен на образование процентуално се позастапени во категоријата тип Б, а оние со високо образование - во тип А. Со тоа што кај оние потрошувачи со завршено основно образование разликата во однос на овие категории е најголема, 16,67% припаѓаат на тип А, а 83,33% припаѓаат на тип Б. Тоа укажува дека луѓето се разликуваат во своите потреби во согласност со нивните знаења и степенот на образование, а тоа е во согласност со претходните истражувања на оваа тема.

Како расте степенот на образование така се намалуваат разликите во застапеноста на испитаниците во тип А и тип Б. Кај испитаниците со завршено високо образование процентуалната распределеност на тип А и тип Б е приближно еднаква.

Втората субхипотеза, висината на личниот доход има влијание врз начинот на однесување при купување е потврдена. Добиениот хи квадрат е статистички значаен на ниво 0,01. Резултатите покажуваат дека висината на личниот доход значајно влијае врз начинот на однесување при купување. Од слика 6 се гледа дека со зголемувањето на висината на личниот доход кај испитаниците е позастапен тип А начинот на однесување при купување. Испитаниците со понизок личен доход преферираат тип Б како начин на однесување при купување.

Тоа укажува дека лицата со поголеми примања повеќе уживаат во купувањето. Купуваат во големи супермаркети, испробуваат производи кои ги немаат пробано, преферираат да купуваат рекламирани производи, со интересна обвивка.

Испитувањето покажа дека на лицата со пониски примања купувањето не им претставува големо задоволство. Тие ги купуваат оние продукти кои им се испробани и ги користат подолго време.

Со оглед на нискиот стандард во нашава земја, испитувањето го покажа очекуваното, постојат голем број купувачи кои имаат ниски примања поради што и купувањето не им претставува големо задоволство. Кај лицата кои имаат личен доход до 10.000 денари, 78,57% припаѓаат на тип Б во начинот на однесување при купување, а само 21,43% на тип А.

Добиените резултати ја потврдија и третата субхипотеза дека областа на работа има влијание врз начинот на однесување при купување. Добиениот хи квадрат е статистички значаен на ниво 0,05. Од слика 4



може да се види дека процентуалната застапеност на тип А и тип Б кај вработените во банка и болница се приближно еднакви. Карактеристична е распределбата кај вработените во конфекција, 21,43% припаѓаат на тип А, а 78,57% на тип Б.

Ваквиот резултат во процентуалната застапеност е како резултат на тоа што вработени во банка и болница можат да бидат и лица со понизок степен на образование (вработени во администрација, сестри, болничари и др.) и со високо образование (доктори, банкари). Вработените може да имаат мали месечни примања, но и многу високи месечни примања. Лицата вработени во конфекција најчесто имаат понизок степен на образование и ниски примања.

Ова укажува на тоа дека постои голема поврзаност на трите испитувани независни варијабли: степенот на образование, висината на личниот доход и областа на работа. Лицата со повисок степен на образование и со висок личен доход во однос на начинот на однесување при купување се позастапени во тип А, а лицата со понизок степен на образование и низок личен доход, во тип Б.

Со ова се потврдува основната хипотеза дека степенот на образование, висината на личниот доход и областа на работа влијаат врз начинот на однесување при купување.

Треба да се спомене дека ова истражување има свои недостатоци. Еден од нив е неможноста за генерализација на добиените резултати. Во однос на независната варијабла - област на работа во истражувањето беа застапени само вработени во банка, конфекција и болница. Што значи добиените резултати се однесуваат само на примерокот на кој се применети.

Другиот недостаток е во анкетниот лист. Во него не се опфатени другите варијабли кои влијаат врз однесувањето при купување, како што се индивидуалните разлики, срединските влијанија и различните ситуации кои налагаат различно однесување при купување.

Ова истражување има и свои предности, тоа е самата тематика која ја обработува. Со тоа поттикнува на понатамошни истражувања во оваа област, која зазема сè поголеми размери кај нас и во светот.



Заклучок

Ова истражување беше направено со цел да се испита влијанието на степенот на образование, висината на личниот доход и областа на работа врз начинот на однесување при купување.

Истражувањето беше спроведено на пригоден примерок испитаници вработени во: Прокредит банка - Штип, Стопанска банка - Штип, Модна конфекција „Мавис“ - Штип и Градска болница - Штип.

Како мерен инструмент беше користен анкетен лист (прилог).

Анкетата опфати 108 испитаници од кои: 42 - вработени во конфекција, 30 - во банка и 36 - во болница.

Добиените резултати покажаа дека начинот на однесување при купување, категоризиран во тип А и тип Б, е зависен од степенот на образование, висината на личниот доход и областа на работа.

Иако ова истражување покажа поврзаност со испитуваните фактори, сепак овие резултати не можат да се генерализираат, бидејќи не може да се исклучи влијанието и на голем број други фактори кои не се испитувани.

Користена литература

- Николоски, Т. (2001) Статистика во психологијата, Скопје: Универзитет „Св. Кирил и Методиј“, Филозофски факултет.
- Петроска Бешка, В. (1994) Методологија на експерименталните истражувања во психологијата, Скопје: Малинска.
- Петроска Бешка, В. (1996) Како се пишува извештај за спроведено емпириско истражување. Скопје: Малинска.
- Ќипроски, А. (1996). Психологија - во трговијата во транзициони услови, Скопје: Дирекција за култура и уметност на Скопје.
- Petz, B. (1976). Psihologija u ekonomskoj propagandi, Zagreb: Zadružna štampa.
- Trifunović, M. (1969). Psihologija kupaca, Beograd: Sportska knjiga.
- Tiffin, J. & McCormick, E.J. (1974). Industrial psychology, New Jersey: Prentice - Hall Inc.



Прилог

АНКЕТЕН ЛИСТ (одговорете со заокружување на понудените одговори)	
1. Фирмата во која работите е: а) конфекција б) банка в) болница	
2. Степенот на Вашето образование е: а) основно б) средно в) високо	
3. Висината на Вашиот личен доход е: а) до 10.000 денари б) до 15.000 денари в) до 20.000 денари г) над 20.000 денари	
4. Во однос на тоа како се однесувате при купување, заокружете по еден одговор на секое од следниве прашања:	
1.	а) почесто купувам во големи супермаркети б) почесто купувам од најблискиот минимаркет
2.	а) сакам да купувам рекламирани производи б) рекламите кои ги гледам на телевизија, слушам на радио и сл. немаат големо влијание при изборот на производите кои ги купувам
3.	а) често купувам производи кои не сум ги пробал/а до сега б) купувам производи кои ми се проверени и ги користам подолго време
4.	а) големо влијание врз мојот избор при купувањето има обвивката на производот (доколку обвивката е привлечна и интересна, веројатно е дека ќе го купам тој производ) б) обвивката на производот кој го купувам нема никакво влијание врз мојот избор
5.	а) сакам да купувам и тогаш се чувствувам убаво б) купувањето не ми претставува големо задоволство