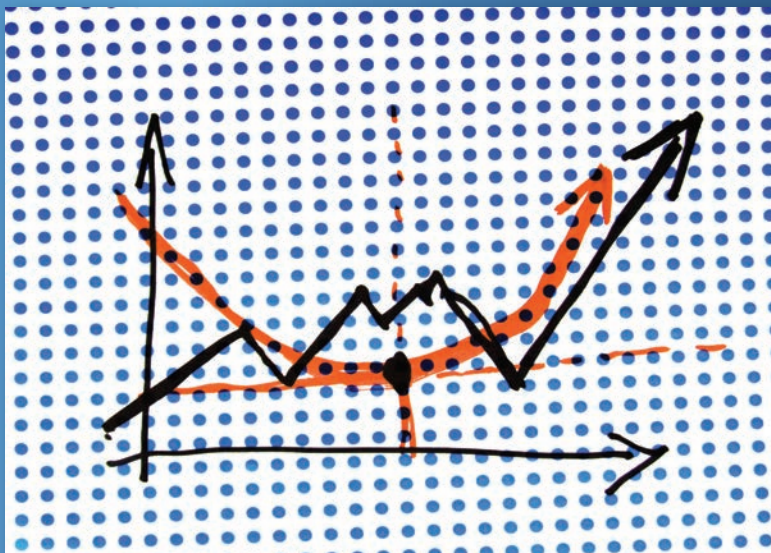


УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ



ISSN 1857-76-28

ГОДИШЕН ЗБОРНИК 2015 YEARBOOK



ГОДИНА 7

VOLUME 8

GOCE DELCEV UNIVERSITY – STIP
FACULTY OF ECONOMICS

УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ

ISSN: 1857- 7628



ГОДИШЕН ЗБОРНИК
2015

YEARBOOK

ГОДИНА 7

VOLUME VIII

GOCE DELCEV UNIVERSITY - STIP
FACULTY OF ECONOMICS



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

За издавачот:

Проф.д-р Трајко Мицески

Издавачки совет Editorial board

Проф. д-р Блажо Боев	Prof. Blazo Boev, Ph.D
Проф. д-р Лилјана Колева - Гудева	Prof. Liljana Koleva - Gudeva, Ph.D
Проф. д-р Трајко Мицески	Prof. Trajko Miceski, Ph.D
Проф. д-р Ристо Фотов	Prof. Risto Fotov, Ph.D
Проф. д-р Круме Николоски	Prof. Krume Nikoloski, Ph.D
Проф. д-р Еленица Софијанова	Prof. Elenica Sofijanovska, Ph.D
Доц. д-р Емилија Митева-Кацарски	Emilija Miteva-Kacarski, Ph.D
Доц.д-р Благица Колева	Blagica Koleva, Ph.D
Доц.д-р Љупчо Давчев	Ljupco Davcev, Ph.D

Редакциски одбор Editorial staff

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

Главен и одговорен уредник Managing & Editor in chief

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

Јазично уредување Language editor

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

Техничко уредување Technical editor

Славе Димитров Slave Dimitrov
Благој Михов Blagoj Mihov

Редакција и администрација Address of editorial office

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



СОДРЖИНА
CONTENT

Проф.д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска, доц.д-р Весна Георгиева Свргинов	
ВЛИЈАНИЕ НА НЕМАТЕРИЈАЛНИТЕ СРЕДСТВА ВРЗ ПАЗАРНАТА ВРЕДНОСТ НА КОМПАНИИТЕ	7
Проф.д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска, Ивана Ивановска Рунтева	
ФИНАНСИСКАТА РАЦИО АНАЛИЗА – ОСНОВА ЗА ДОНЕСУВАЊЕ НА ОДЛУКИ ЗА ИНВЕСТИРАЊЕ.....	19
Доц.д-р Илија Груевски, доц.д-р Стеван Габер	
ПРИРОДАТА И ЕФЕКТИТЕ НА ДАНОЧНАТА ИНЦИДЕНЦА (СО ПОСЕБНА АНАЛИЗА НА НЕКОИ ОДБРАНИ ЗЕМЈИ)	27
Доц.д-р Јанка Димитрова, доц.д-р Благица Колева	
КВАЛИТЕТНОТО УПРАВУВАЊЕ СО ЗАЛИХИТЕ ПРЕДУСЛОВ ЗА БРЗА И ЕФИКАСНА РЕВИЗИЈА	49
Доц.д-р Дарко Лазаров, доц.д-р Митко Кочовски	
ЕКОНОМСКА АНАЛИЗА НА ДИРЕКТНИТЕ ЕФЕКТИ НА ИНДУСТРИЈТА ЗА ОСНОВНИ МЕТАЛИ ВО МАКЕДОНСКАТА ЕКОНОМИЈА.....	63
Доц.д-р Стеван Габер, доц.д-р Илија Груевски	
ФИНАНСИСКАТА КРИЗА ВО БРАЗИЛ И АРГЕНТИНА	87
Доц.д-р Емилија Митева-Кацарски, м-р Костадинка Чабулева	
УЛОГАТА НА ЗЕМЈИТЕ ВО РАЗВОЈ ВО МЕЃУНАРОДНАТА ТРГОВИЈА	101
Доц.д-р Благица Колева, проф.д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска	
ЗНАЧЕЊЕТО НА СТРАТЕШКОТО МЕНАџЕРСКО СМЕТКОВОДСТВО КАКО ПОЗИТИВЕН ИНДИКАТОР ВО СОВРЕМЕНОТО БИЗНИС ОПКРУЖУВАЊЕ	111
Доц.д-р Јанка Димитрова, Драгица Мицовска Шукриева	
РЕВИЗОРСКАТА ПРОФЕСИЈА ВО МАКЕДОНИЈА И ВО СВЕТОТ	123
Татјана Теохарева- Монева, проф.д-р Ристо Фотов	
ЖЕНИ ПРЕТПРИЕМАЧИ- ПРЕДИЗВИЦИ И МОЖНОСТИ.....	133



Деспина Бојчева, проф.д-р Трајко Мицески ПЛАНИРАЊЕТО КАКО ПОЧЕТНА ФАЗА ЗА ФОРМУЛИРАЊЕ НА СТРАТЕГИЈА НА ОРГАНИЗАЦИОНИТЕ СУБЈЕКТИ (со посебен осврт на текстилната дејност) “	145
Бобан Трајковски, проф.д-р Ристе Темјановски ЛОГИСТИЧКИ ИНФОРМАЦИОНЕН СИСТЕМ И ЗНАЧЕЊЕТО ЗА СОВРЕМЕНИОТ БИЗНИС: ПОСЕБЕН ОСВРТ НА ОРГАНИЗАЦИОНА ПОСТАВЕНОСТ НА ЛОГИСТИКАТА КАЈ КБР СЕРВИСИ	155
Наташа Никовска, проф.д-р Трајко Мицески ОРГАНИЗАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА ВОДИЧ ЗА СОЗДАВАЊЕ И ОДРЖУВАЊЕ НА КОНКУРЕНТСКА ПРЕДНОСТ НА ПАЗАРОТ	171
Роберт Трајковски, проф.д-р Трајко Мицески СЕЛЕКЦИЈА НА ЧОВЕЧКИ РЕСУРСИ СО ФОКУС НА ДРЖАВНА АДМИНИСТРАЦИЈА	183
Татјана Макаренкова, проф.д-р Трајко Мицески ВЛИЈАНИЕТО НА ЛИДЕРСТВОТО ВРЗ ИЗВРШУВАЊЕТО НА СТРАТЕГИЈТА НА ПРЕТПРИЈАТИЕТО	195
Сашо Арсовски, проф.д-р Трајко Мицески ВЛИЈАНИЕТО НА РАКОВОДИТЕЛИТЕ ВРЗ ОРГАНИЗАЦИСКОТО ОДНЕСУВАЊЕ НА ВРАБОТЕНИТЕ, СО ОСВРТ НА МВР	205
Марина Панева, проф.д-р Трајко Мицески ВЛИЈАНИЕТО НА ТЕХНОЛОГИЈАТА И ИНОВАЦИИТЕ ВРЗ КРЕИРАЊЕТО НА МЕНАЏМЕНТ СТРАТЕГИЈА НА ПРЕТПРИЈАТИЕТО	215
Давид Тоневски УЛОГАТА НА ЗАДОЛЖНИЦАТА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА КАКО ФИНАНСИСКИ ИНСТРУМЕНТ	227
Маја Лешева ИМПЛЕМЕНТАЦИЈАТА НА ЕЛЕКТРОНСКОТО БАНКАРСТВО, НЕГОВИТЕ ПРЕДНОСТИ И НЕДОСТАТОЦИ ВО БАНКАРСКИОТ СЕКТОР ВО Р.М	237



ПРЕДГОВОР

Економскиот факултет во Штип е основан на 27 март 2007 година како дел од Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип.

Од почетоците на овој факултет како високообразовна и научноистражувачка институција се иницира и потоа брзо се разви силен елан и ентузијазам, како во наставно-едукативните процеси, така и во научноистражувачките активности. Големата желба да се твори како придонес во унапредување на високообразовните и истражувачките процеси во Република Македонија беше преточена во тековни активности на едукација и забележување на добиените сознанија и размислувања во пишани текстови на разновидни трудови. Се разбира, сето ова е во согласност со глобализацијата и евроинтеграцијата и нивните процеси на постојана примена на усвоените светски европски приоди и стандарди во научно-образовниот процес за обезбедување на квалитетно образование за нашите студенти.

Во тој поглед, ова е осмото издание на Годишниот зборник на Економски факултет. Зборникот на виделина ги изнесува дел од научноистражувачките остварувања кои се зацртани со целите на Економскиот факултет, а тие се истражувањата на научно-стручни кадри од наставниот, соработничкиот и студенскиот профил, од областа на деловната и меѓународна економија, здравствен менаџмент, менаџментот и претприемништвото, финансиски менаџмент, банкарство, финансии и осигурување; сметководство, финансии и ревизија, и маркетингот на прв циклус студии, како и економијата на Европска унија, здравствениот менаџмент, МБА-менаџментот, банкарството и финансиите и финансиското известување на втор циклус студии, дополнително и студиска програма на трет циклус студии - Деловна економија.

На тој начин, Економскиот факултет придонесува во промовирање на научноистражувачката работа, со што се поттикнува унапредувањето на научната и развојната мисла во функција на нивна примена во секојдневниот живот. Особено радува фактот што во овој број, покрај наставничкиот кадар, со свои трудови се пројавуваат нашите млади научноистражувачки кадри, постдипломци и докторанди.

Со објавувањето на трудовите во овој Зборник, односно со неговото презентирање пред научната, стручна и поширока јавност, со право очекуваме дека ќе се пополни една значајна празнина во домашната економска литература.



УДК: 657.421.3:334.72
334.72:336.76]:657.421.3

Стручен труд

ВЛИЈАНИЕ НА НЕМАТЕРИЈАЛНИТЕ СРЕДСТВА ВРЗ ПАЗАРНАТА ВРЕДНОСТ НА КОМПАНИИТЕ

проф. д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска¹
доц. д-р Весна Георгиева-Свртинов²

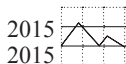
Краток извадок

Многу често сопствениците на компаниите го поставуваат прашањето: размислувам за продажба на мојот бизнис. Повеќе од една деценија името и брендот на мојот бизнис се добро познати во локалната заедница. На кој начин свесноста на заедницата за репутацијата и имиџот на мојот бизнис ќе бидат земени предвид, во случај на продажба на компанијата? Широкиот круг на купувачи и значајната позиција на пазарот се клучни фактори за успех како на малите, така и на големите бизниси. Вредноста на нематеријалните средства, како човечкиот потенцијал, знаењето, односите и интелектуалната сопственост заземаат сè поголем удел во вкупните средства на компаниите, во однос на материјалните средства, како машините и опремата. Сè повеќе креативноста во создавањето и управувањето со нематеријалните средства стануваат основни фактори за долгорочниот успех во работењето на компаниите.

Клучни зборови: *средства, нематеријални, вредност, компании, влијание, пазар.*

1) Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип olivera.trajkovska@ugd.edu.mk

2) Економски институт, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“, Скопје
georgieva.vesna@yahoo.com



THE IMPACT OF THE INTANGIBLE ASSETS ON THE MARKET VALUE OF COMPANIES

Assoc. Prof. Olivera Gjorgieva-Trajkovska³

Assist. Prof. Vesna Georgieva Svrtnov⁴

Abstract

Very often the owners and managers of companies as the following: I'm considering selling my business. Over the course of more than a decade, my business's name and logo have become well-known within the local community. How is this community awareness taken into consideration when pricing my business for sale? Customer awareness and a prominent position within the marketplace are key ingredients to the success of many businesses, both small and large. The value placed on intangibles assets, such as people, knowledge, relationships and intellectual property, is now a greater proportion of the total value of most businesses than is the value of tangible assets, such as machinery and equipment. And the creation and management of intangible assets is often essential to long-term success.

Kew words: *assets, intangible, value, impact, companies, market.*

1. Вовед

Вредноста на една компанија на пазарот е многу значајна категорија кон чие зголемување се стремат сите компании, со цел да се зголеми богатството на сопствениците, акционерите и останатите стејкхолдери. Од оваа причина, многу е важно познавањето на факторите кои влијаат врз вредноста на компаниите, со цел за зајакнување на нивната корпоративна вредност. Вредноста на една компанија се рефлектира во нејзината пазарна вредност, која купувачите се подготвени да ја платат, во услови на нејзино преземање (купување). Во последниот квартал од овој век, вредноста на компаниите на листата на Standard & Poor's бележи големо отстапување од нивната книговодствена вредност (Ocean Tomo, 2009). Malackowski (2009) истакнува дека овој јаз или разлика покажува дека вредноста на средствата искажани во финансиските извештаи (физички и финансиски) е во

3) Faculty of Economics, "Goce Delcev University", Stip, Macedonia
olivera.trajkovska@ugd.edu.mk

4) Institute of Economics, "St. Cyril and Methodius", Skopje, Macedonia
georgieva.vesna@yahoo.com



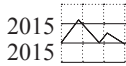
просек за 20% пониска од актуелната вредност на компаниите. Наодите од ваквите истражувања се дополнети и со студијата на Ben McClure (2009), чии резултати од неговата анализа на 3.500 компании во САД докажуваат дека нивната тековна книговодствена вредност изнесува само 28% од пазарната вредност (која во 1975 год. изнесувала 95%), како и на тоа дека во последните 20 години се забележува драматичен пораст на вредноста на нематеријалните средства. Сите овие истражувања несомнено водат кон констатацијата дека значителната разлика помеѓу книговодствената и пазарната вредност на компаниите произлегува од порастот и значењето на нематеријалните средства. Ова понатаму ги натерало аналитичарите и истражувачите да докажуваат дали нематеријалните средства се значаен фактор во порастот на вредноста на компаниите (па оттука се јавува и гепот меѓу книговодствената и пазарната вредност), и дали финансиските извештаи на компаниите во кои се презентира нивната финансиска успешност сè уште се основа која инвеститорите ја користат во предвидување на идната вредност на компаниите.

Силниот бренд и лојалните потрошувачи може да претставуваат посебни средства во една компанија или едноставно, дел од неговиот гудвил. Примери за различни нематеријални средства вклучуваат: прва на трговски знаци кои им овозможуваат на компаниите да ги продаваат производите по повисоки цени или во поголеми количини во однос на конкуренцијата; лиценцирани листи на потрошувачи; долгорочни договори; франшизи за познати брендови и сл. Гудвилот го претставува вишокот на вредноста на бизнисот кој се јавува над вредноста на акционерскиот капитал (пример, поволна локација).

И покрај важноста на нематеријалните средства, многу сопственици на компании не поседуваат адекватно познавање за тоа како брендот или базата на потрошувачи влијае врз вредноста на нивните бизниси.

Со интензивниот процес на трансформација на современите економии од производствени кон економии базирани на услугите значителен дел од вредноста на компаниите кои се вреднуваат на пазарот произлегува од поседувањето на нематеријални средства, рангирани од технолошките патенти, па сè до човечкиот капитал. Ова доведува до значителна разлика помеѓу вреднувањето на компаниите кои располагаат со големи вредности на нематеријални средства и конвенционалните производствени компании. Првата разлика е во тоа што сметководителите рутински неправилно ги категоризираат (разграничуваат) оперативните и капиталните трошоци, кога компаниите вложуваат во нематеријални средства.⁵ Така, трошоците за истражување и развој, кои се вистински капитални трошоци, се третираат

5) Damodran, A., “Valuing Companies with intangible Assets”, (2009), Stern School of Business



како оперативни трошоци, на кој начин се искривува, како вредноста на искажаниот финансиски резултат, така и вредноста на капиталот на компаниите. Втората разлика се однесува на тоа што компаниите со значителни нематеријални средства многу почесто користат опции и рестриктивни акции како компензација на вработените, во кој случај нивниот сметководствен третман исто така влијае врз заработувачката и готовинскиот тек. Предизвикот е како да се изврши корекција на ваквите сметководствени грешки, како и на нивните последици врз процесот на вреднување на компаниите.

Улогата на нематеријалните средства во глобалната економија

Доколку се погледнат листите на јавно котираните компании во напредните економии во светот може да се забележи дека многу од нив својата вредност ја должат токму на нематеријалните средства: тргнувајќи од познатите компании за производство на производи за широка потрошувачка со познат бренд, преку фармацевтските компании за производство на патентирани лекови, до технолошките компании кои својот развој го засноваат на обучени кадри и know-how.

Наједноставното мерило за тоа колкав дел од глобалната економија им припаѓа на нематеријалните средства претставува пропорцијата на пазарната вредност на компаниите кои поседуваат значителни нематеријални средства, во целокупниот пазар. И покрај тоа што технолошките фирми бележат пад од достигнатиот пик во 2000 год., сепак сè уште претставуваат 14% од индексот на S&P 500 на крајот од 2008 год. Доколку на овој процент се додаде учеството на фармацевтските и компаниите за широка потрошувачка уделот би бил значително повисок.

Во табелата подолу може да се види структурата на нематеријалните средства на компаниите во Канада, преку компарација на податоците за 4 години (1976, 1990, 2000 и 2008 год.). Со анализа на податоците може да се согледа не само растечката улога и важност на нематеријалните средства како тотален збир, туку и промените во нивната структура. Сè повеќе се менува структурата на трошоците поврзани со иновациите, во кои ексклузивно доминантното место го губат платите исплатени на вработените за истражување и развој. Трошоците за развој на науката и инженерските услуги дури и ги надминуваат традиционалните трошоци за истражување и развој. Согласно со податоците, најголема компонента во делот на нематеријалните инвестиции претставуваат средствата од областа на развој на економските компетенции, кои заземаат 56% до 58% од вкупните нематеријални средства. Овде се вклучуваат огласите и инвестициите во делот на организацискиот капитал на компаниите, каде



што како најзначајни се јавуваат менаџерските способности за водење на модерни организации и бизниси. Преку овие инвестиции се подобрува конкурентската способност на компаниите и можноста за модифицирање на производствените процеси, со цел зголемување на вкупната ефикасност.

Табела 1. Структура на нематеријалните средства (Канада) за периодот 1976 - 2008
\$ билиони

	1976	1990	2000	2008
Вкупни нематеријални средства	7.0	40.3	96.8	150.7
Компјутерски информации	0.3	4.0	9.4	16.7
Истражување и развој	0.8	5.2	12.4	16.0
Минерални истражувања и развој	0.4	1.4	7.3	11.8
Трошоци за развој во финансиска индустрија	0.3	1.3	2.7	3.5
Нов архитектонски и инженерски дизајн	1.1	4.3	8.8	13.1
Купување останати научни и инженерски услуги	0.2	0.3	0.3	0.7
Економски компетенции	3.9	23.5	54.9	87.0
Огласи и маркетинг	1.6	7.2	12.9	17.1
Развој на специфични кадри	0.3	1.7	2.8	3.9
Набавен организациски капитал	0.5	4.6	23.8	41.0
Сопствен организациски капитал	1.4	9.9	15.3	25.0
	процент			
Вкупни нематеријални средства	100.0	100.0	100.0	100.0
Компјутерски информации	4.3	9.9	9.7	11.1
Истражување и развој	11.4	12.9	12.8	10.6
Минерални истражувања и развој	5.7	3.5	7.5	7.8
Трошоци за развој во финансиска индустрија	4.3	3.2	2.8	2.3
Нов архитектонски и инженерски дизајн	15.7	10.7	9.1	8.7
Купување останати научни и инженерски услуги	1.4	1.0	1.0	1.3
Економски компетенции	55.7	58.3	56.7	57.7
Огласи и маркетинг	22.9	17.9	13.3	11.3
Развој на специфични кадри	4.3	4.2	2.9	2.6
Набавен организациски капитал	7.1	11.4	24.6	27.2
Сопствен организациски капитал	20.0	24.6	15.8	16.6

Source: Statistics Canada



Постојат многу примери за истражувања на значењето на нематеријалните средства за економијата. Во едно свое истражување Leonard Lakamura, од Federal Reserve Bank of Philadelphia, посочил три различни мерила за значењето на нематеријалните средства во денешните економии:

- сметководствената проценка на вредноста на вложувањата во истражување и развој, софтвер, развој на брендот и останати нематеријални средства;
- висината на платите и останатите надоместоци исплатени на истражувачите, технолозите и останати креативни кадри кои работат на генерирање на нематеријални средства и
- зголемувањето на оперативните добивки кои произлегуваат од усовршувањето и развојот на нематеријалните средства.⁶

И покрај тоа што компаниите кои поседуваат значителни износи на нематеријални средства се разликуваат меѓу себе, постојат и одредени карактеристики заеднички за сите нив, како што се:

1. Неконзистентен сметководствен третман на инвестициите во нематеријални средства. Еден од основните сметководствени принципи сугерира разграничување на капиталните од оперативните трошоци. Секој трошок кој генерира користи во тек на повеќе години претставува капитален трошок, додека трошоците кои генерираат користи само во тековната година спаѓаат во групата на оперативни трошоци. Сметководителите го почитуваат ова правило кога станува збор за производствените компании, со тоа што инвестициите во недвижности, постројки и опрема ги евидентираат како капитални издатоци, а платите и суровините како оперативни трошоци. Меѓутоа, изгледа тие го игнорираат овој принцип кога се работи за компании кои располагаат со значителни износи на нематеријални средства. Најзначајни капитални издатоци во технолошките и фармацевтски компании се вложувањата во истражување и развој; во компаниите кои произведуваат производи за широка потрошувака во издатоци за огласување, маркетинг на брендот; во консултантските компании во обука и усовршување на кадрите. Тргувајќи од аргументот дека користите од овие трошоци се многу неизвесни и несигурни, сметководителите преферираат да ги третираат ваквите трошоци како оперативни. Како последица на ова, компаниите со значителни вредности на нематеријални средства објавуваат многу мали износи на капитални трошоци, во однос на нивната големина и развоен потенцијал.

6) Nakamura, L., 1999., Intangibles: What put the new in the new economy? Federal Reserve Bank of Philadelphia Business Review July/August: 3–16.



2. Компаниите кои поседуваат нематеријални средства генерално помалку позајмуваат финансиски средства. И покрај тоа што се работи за генерализација која не се однесува на одредени групи на компании со нематеријални средства, најголем дел од нив обично многу помалку се задолжуваат во однос на останатите компании со слични заработувачки и парични текови, поради што се одликуваат со ниски показатели на задолженост. Многу често нискиот финансиски леверидж во овие компании се објаснува и со пристрасноста со која банките пристапуваат при одобрување на кредити врз основа на материјалните средства, како и со фактот дека многу од технолошките и фармацевтските компании се или само што излегле од фазата на раст во нивниот животен циклус.
3. Капитални опции. Се чини дека компаниите со значителни нематеријални средства многу повеќе користат опции и останати форми на капитални компензации. Повторно, ваквото однесување зависи од тоа во која фаза од животниот циклус се наоѓа компанијата (поблиску до растот отколку до заситеноста) или на тоа во колкава мера овие компании зависат од расположливиот човечки капитал.

Сепак, одредени видови на нематеријални средства или интелектуален капитал многу често не се презентираат на ниту едно место во финансиските извештаи, бидејќи е многу тешко да се измерат и квантифицираат во монетарни вредности. Интелектуалниот капитал опфаќа група на средства поврзани со знаењето, кои придонесуваат за подобрување на конкурентната позиција на компанијата, преку додавање на нова вредност за акционерите (Mag and Schuima, 2001). Интелектуалниот капитал може да се дефинира и како вредност која произлегува од три главни елементи во една компанија: човечки капитал; структурен капитал, како односи со потрошувачите, менаџмент мрежа и информациона технологија; и потрошувачки капитал.

Пазарната вредност на овие компании многу често е нето вредноста на нивните средства, т.е. вредноста на физичките, материјални средства. Разликата помеѓу вистинската вредност и вредноста која поаѓа од нето вредноста на физичките средства ја претставува т.н. скриена вредност на компанијата, која може да се изрази како процент од нејзината пазарна вредност.

Од сето претходно елаборирано може да се заклучи дека интелектуалниот капитал и останатите нематеријални средства се клучни фактори преку кои може да се зголеми пазарната вредност на компанијата. Правилното вреднување на овие средства е од посебна важност. Доколку



недостасува правилно вреднување на нематеријалните средства на компанијата, ќе дојде до неправилна алокација на ресурсите и разлика во информирањето на сопствениците и инвеститорите (информациона асиметрија).

Многу истражувања (Lantz, et al. 2005, Sougiannis, 1994) потврдуваат дека трошоците за истражување и развој (R & D) заземаат голем дел од вкупните нематеријални средства на компаниите, во однос на нивните перформанси, вредност и ризик. Согласно со МСС 38 – Нематеријални средства, трошоците за истражување и развој може да се третираат како трошок или како средства. Ваквиот избор има големо влијание врз презентирањето на финансиските перформанси на компанијата, меѓутоа ефектот многу тешко може да се процени, од причина што овие трошоци ја зголемуваат информационата асиметрија помеѓу акционерите и менаџерите. Ваквите истражувања покажуваат дека инвестирањето во истражување и развој може да помогне во подобрување на идните заработувачки на компаниите.

Преку единствените карактеристики кои ги поседуваат (долгорочност, невозможност за предвидување, висока ризичност од банкрот, трудоинтензивност и посебност), нематеријалните средства имаат големо влијание и врз финансиската политика на компанијата. Инвестирањето во нематеријални средства има голем ефект врз политиката на задолжување на компанијата, како и на нејзината дивидендна политика. Теоријата на посредување (Agency Theory) нагласува дека монетарната политика на земјата е детерминирана од агенциските трошоци. Врз основа на единствените карактеристики на нематеријалните средства се проценува дека агенциските трошоци се повисоки во компаниите со интензивни нематеријални средства. Нематеријалните средства во овој случај би ги зголемиле агенциските трошоци на акционерите (поради потребата од дополнителни информации за скриените средства), како и на доверителите. Оттука, инвестициите во нематеријални средства ќе влијаат врз финансиската политика на компанијата. Во овој случај, сопствениците на компаниите настојуваат да ги контролираат агенциските трошоци на задолжувањето, преку лимитирање на вредноста на ризичните долгови.

Според Pecking order теоријата, компаниите преферираат финансирање од интерни извори (задржана заработувачка). Многу компании кога се работи за екстерно финансирање го бираат должничкото во однос на капиталното финансирање. Оттука, високата вредност на нематеријални средства во компанијата, поврзани и со високо ниво на информациона асиметрија, ќе предизвика и повисоко ниво на задолжување на компаниите.



Методи на вреднување на нематеријалните средства

Во практиката се познати три општоприфатени пристапи (методи) за мерење на нематеријалните средства: трошковен, пазарен и приходен пристап. Аналитичарот кој врши проценка на нематеријалните средства на една компанија, вообичаено ќе настојува да ги примени сите три различни пристапи на вреднување на овие средства, со цел за обезбедување на поверодостојни и повеќекратни индикатори за нивната вредност. Меѓутоа, поради честата лимитираност на податоците, најголем дел од вреднувањата на нематеријалните средства се засноваат примарно на еден пристап.

Сите методи за вреднување на нематеријалните средства кои се засноваат на трошковниот пристап се базирани на економскиот принцип на супституција. Оттука, вредноста на нематеријалното средство кое е предмет на вреднување зависи од трошокот кој треба да се направи за создавање на ново, исто такво нематеријално средство. Примената на овие методи подразбира јасно дефинирање на трошокот за замена на средството, вклучувајќи го и опортунитетниот трошок за време на развојот на нематеријалното средство. Дополнително, трошокот за стекнување на новото нематеријално средство треба да се намали (депрецира) со цел да се добие хипотетички ново нематеријално средство, споредливо со старото, кое е предмет на вреднување. Меѓутоа, не сите комерцијални нематеријални средства се заменливи. Некои од нив се уникатни, единствени и не можат да се заменат, во кој случај трошковниот пристап не претставува најсоодветен модел за нивно вреднување. Нематеријалните средства се уникатни, од причина што најчесто се законски заштитени, како на пример интелектуалната сопственост (патенти, копии, трговски знаци, трговски тајни и сл.).

Пазарниот пристап на вреднување на нематеријалните средства се заснова на два основни економски принципи: ефикасни пазари; развиена понуда и побарувачка. Ова значи дека вредноста на нематеријалното средство може да се процени со повикување на цената по која на пазарот може да се купи споредливо нематеријално средство. Кога се зборува за споредливо нематеријално средство се мисли на средство кое се одликува со приближно еднаква старост, се наоѓа во приближно еднаква фаза од животниот циклус и служи за истата намена како и вреднуваното нематеријално средство. Исто така, ова средство треба да биде со идентичен ризик и идентична очекувана стапка на враќање на инвестицијата.

Сите методи за вреднување на нематеријалните средства од групата на приходниот пристап почиваат на економските принципи на антиципирање на иднината. Тоа значи дека вредноста на секоја инвестиција ја претставува сегашната вредност на идните приходи кои се очекува да се остварат од



инвестицијата. Кога се зборува за идните приходи се мисли на: приходот кој ќе биде заработен со користење на нематеријалното средство во компанијата на сопственикот/операторот (т.е. оперативната добивка); приходот кој ќе се заработи со продажба на лиценцата за користење на нематеријалното средство од страна на сопственикот на други компании, за возврат на плаќање на ројалитети или други форми на надоместоци. Кај приходните методи проектираните приходи кои произлегуваат од користењето на нематеријалното средство се сведуваат на сегашна вредност, со примена на ризично приспособена дисконтна стапка.

Резимирано, трошковниот пристап на вреднување најчесто се применува за вреднување на тукушто генерирани нематеријални средства. Во случај на релативно ново нематеријално средство, податоците за трошоците кои ги направил сопственикот/ операторот сè уште се расположливи (или можат да бидат предмет на точна проценка). Исто така, овој пристап може да биде погоден за вреднување на нематеријални средства кои се во процес на создавање, како и некомерцијални нематеријални средства (пример, патент или трговски знак, кои се чуваат заради одржување на конкурентската предност и не смеат да бидат поседувани од други компании).

Методите кои се засновани на пазарниот пристап се посебно применливи за вреднување на нематеријални средства во случаи кога постојат доволно споредливи (речиси идентични) нематеријални средства на пазарот.

Приходниот пристап на вреднување најчесто се користи во ситуации кога нематеријалното средство се користи за стекнување на мерливи приходи во иднина. Овој приход може да биде или оперативен или сопственички приход. Приходните методи може да се применуваат и во случај кога сопственикот / операторот избрал да не го комерцијализира нематеријалното средство.

За поединечното вреднување на секое одделно нематеријално средство, аналитичарот го избира пристапот (методот)⁷:

- За кој постојат најголем квантитет и квалитет на расположливи податоци за вреднување;
- Кој најдобро ги рефлектира трансакциските преговори на учесниците на пазарот во индустријата на која припаѓа компанијата;
- Кој најмногу одговара на природата и карактеристиките (пример: намена, старост) на нематеријалното средство;
- Кој е најконзистентен со практичното искуство и професионално расудување на индивидуалниот аналитичар.

7) Brian P. Holloway, Robert F. Reilly, “Intangible Valuation Approaches and Methods”, www.willamette.com, 2012

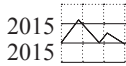


Во рамките на секој пристап за вреднување на нематеријалните средства постојат по неколку различни методи кои аналитичарот може да ги одбере и примени. Понатаму, кај секој метод на вреднување се јавуваат различни и бројни процедури, кои му помагаат на аналитичарот да го изврши вреднувањето на нематеријалното средство. Аналитичарот може да примени две или повеќе методи за вреднување, во рамките на еден пристап. На пример, аналитичарот може да примени три различни методи во делот на пазарниот пристап на вреднување на нематеријалните средства, чиешто резултати на крајот ќе ги усогласи при донесување на крајниот заклучок за вредноста на нематеријалното средство.

Заклучок

Значењето на нематеријалните средства е несомнено големо, особено во последните години од развојот на економиите, во кои сè позначајно место зазема продажбата на услугите, во однос на класичното производство на добра. Глобалната економија својот развој го бележи токму на брзиот технички и технолошки развој, информациската технологија, know-how и сл. Зголеменото учество на нематеријалните средства во вкупните средства на компаниите го поставува во прв ред прашањето за нивно правилно вреднување, со цел ефикасна пазарна капитализација на компаниите. Практиката покажува дека несоодветниот третман на многу нематеријални средства и оттука нивното неправилно вреднување доведуваат до потценување на пазарната вредност на компаниите и нереална претстава на инвеститорите за вредноста и идниот потенцијал на бизнисите кои ги купуваат на пазарот. Препознавањето на брендот или лојалноста на потрошувачите на компаниите, на пример, се многу значајни компоненти на вредноста на секој бизнис. Реализацијата на ваквите вредности се остварува преку зголемените заработувачки кои се очекува да ги оствари компанијата во иднина со користење на нематеријалните средства. Многу важно за секоја компанија е да ја разбере вредноста на овие средства, адекватно да ја менаџира и таквото сознание да го пренесе соодветно на потрошувачите. Колку поефикасно успее да ги менаџира ваквите прашања една компанија, толку повисока премија ќе оствари од користењето на нематеријалните средства, во услови на продажба на бизнисот.

Основното прашање на коешто треба да се посвети посебно внимание во иднина, кога станува збор за вреднување на компаниите со значителни нематеријални средства се однесува на сметководствениот третман на нематеријалните средства. Практиката покажува дека сметководствениот третман на она што влегува во капитални трошоци во овие компании е неконзистентен со сметководствениот третман на оваа категорија на



трошоци во производствените фирми. Трошоците за истражување и развој, брендот, маркетингот, обуката на вработените и сл. најчесто се третираат како оперативни, а не како капитални издатоци. Као резултат на ова и заработувачките и сите останати книговодствени вредности во финансиските извештаи на овие компании се нецелосни, искривени, а нивната употреба во проценка на компаниите води кон неправилно одредување на нивната вредност. Од оваа причина, неопходна е корекција на ваквата сметководствена неконзистентност, која ќе резултира во правилна проценка на вредноста на компаниите.

Користена литература

- [1] Damodran, A., “Valuing Companies with intangible Assets”, (2009), Stern School of Business
- [2] Nakamura, L., “Intangibles: What put the new in the new economy?” (1999), Federal Reserve Bank of Philadelphia Business Review July/August: 3–16
- [3] Anne Marie Knott, David J. Bryce, Hart E. “On the Strategic Accumulation of Intangible assets. Organization Scienc“, (2003.), Vol. 14, No. 2 (Mar. – Apr), pp. 192-207
- [4] Choong, Kwee Keong., „Intellectual capital: definitions, Categorization and reporting models“, Journal of Intellectual Capital (2008), Vol. No. 9. 4, 2008 pp. 609-638. Emerald Group Publishing Limited
- [5] Dewa Gede Wirama, „Theory of Surplus Value: Valuation Based on Accounting Data Company“, (2008)
- [6] Nerissa C. Brown, Michael D. Kimbrough, „The Impact of Intangible Investment on the Relative Importance of Firm-Specific Factors versus Market-and Industry-Level Factors in the Determination of Firm-Level Earnings“, (2010)
- [7] Ortiz, Miguel, „Analysis and valuation of intellectual capital According to its context“, Journal of Intellectual Capital, (2010), Vol. No. 10. 3, 2009 pp. 451-482. Emerald Group Publishing Limited.
- [8] Armstrong, P., T. Harchaoui, C. Jackson and F. Tarkhani, “A Comparison of Canada–U.S. Economic Growth in the Information Age, 1981–2000: The Importance of Investment in Information and Communication Technologie” (2002)s. Statistics Canada Catalogue no.11F0027M. Ottawa, Ontario. Economic Analysis (EA) Research Paper Series. No. 1.



ФИНАНСИСКАТА РАЦИО АНАЛИЗА – ОСНОВА ЗА ДОНЕСУВАЊЕ НА ОДЛУКИ ЗА ИНВЕСТИРАЊЕ

д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска¹
Ивана Ивановска-Рунтева²

Краток извадок

Финансиските извештаи сами по себе не им нудат информации на стејхолдерите за успешноста на работењето на компаниите. Со текот на времето менаџерите и финансиските аналитичари развиле свои техники со кои би погледнале подлабоко во финансиските извештаи, би дошле до информации за минатото и тековното работење на компаниите и би направиле предвидувања за нивните идни перформанси.

Една од овие техники е токму финансиската рацио анализа која вклучува пресметка на голем број финансиски показатели. Финансиските показатели претставуваат однос помеѓу две ставки од финансиските извештаи и како такви претставуваат основа за утврдување на сите недостатоци и пропусти, но и појдовна точна за преземање на корективни мерки и подобрување на работењето на компаниите.

Клучни зборови: *показател, перформанси, анализа, инвестирање, добивка, дивиденда.*

1) Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет, ул. „Крсте Мисирков“ бр.10-А, Штип, Р.Македонија, olivera.trajkovska@ugd.edu.mk

2) Студент на постдипломски студии, насока Финансиско известување и ревизија, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, ivana.ivanovska@live.com



FINANCIAL RATIO ANALYSIS- BASIS FOR MAKING INVESTMENT DECISIONS

Ass. Prof. Olivera Gjorgieva-Trajkovska
Master student Ivana Ivanovska Runteva

Abstract

Financial statements itself don't give stakeholders informations about the successful operation of companies. So, over the years managers and financial analysts have developed their techniques to look deeper in financial statements, to reach important informations about past and present performance of the companies and to predict their future performance.

One of these techniques is the financial ratio analysis which includes calculation of financial indicators. The financial indicators represent the quotient between two items of financial statements and they are starting point for determining disadvantages and omissions. Also, all these indicators help stakeholders in taking corrective measures and improving the performance of companies.

Key words: *indicator, performances, analysis, investment, profit, dividend.*

Вовед

Финансиските аналитичари и инвеститорите имаат пристап до огромен број на информации за работењето на компаниите врз основа на кои вршат проценка за нивната тековна и идна финансиска состојба. Клучен извор на ваквите информации се финансиските извештаи кои претпријатијата ги составуваат и публикуваат. Основни финансиски извештаи се билансот на состојба, билансот на успех, извештајот за готовински текови и извештајот за акумулирана добивка.

Со цел да формираат свои рационални очекувања, финансиските аналитичари и инвеститорите се потпираат на финансиската анализа која претставува процес на селекција, евалуација и интерпретација на финансиски податоци со што се овозможува проценка на оперативните перформанси и финансиската состојба на компанијата и индустријата. Финансиските аналитичари при спроведувањето на финансиската анализа пресметуваат голем број на финансиски показатели за оценка на оперативното и финансиско работење на компаниите. Токму



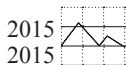
овие показатели даваат информации за добивката која ја остварува претпријатието во однос на вкупно вложените средства, за остварената добивка во однос на капиталот, податоци за обртот на вкупните средства во сметководствениот период, односот помеѓу цената на акцијата и заработката по една акција и многу други значајни информации.

Секое инвестирање е проследено со прибирање на податоци за минатото работење на компанијата, остварените резултати, нејзината ликвидност, исплатените дивиденди, инвестирањето во сопствениот раст и сл. Сите овие минати резултати и одлуки влијаат врз профитот кој ќе го остварува компанијата во иднина, а со тоа и врз заработувачката од инвестирањето на средствата на сите субјекти кои гледаат перспектива во работењето на избраната компанија и остварување на нивните поединечни цели. На тој начин, преку финансиската анализа и пресметката на финансиските показатели стејкхолдерите го препознаваат и оценуваат ризикот од инвестирање во хартиите од вредност на компанијата.

Финансиските извештаи - извор на информации за стејкхолдерите

Основен извор на информации за работењето на претпријатието претставуваат финансиските извештаи - билансот на состојба, билансот на успех, извештајот за готовински текови и извештајот за промена на капиталот. Инвеститорите и кредиторите ги користат сметководствените информации прикажани во финансиските извештаи со цел да извршат проценка на квалитетот на остварениот финансиски резултат и на идните готовински текови на компанијата. За таа цел, тие вршат анализа на финансиските извештаи, како дел од комплексната деловна анализа. Од аспект на инвеститорите, основна задача на финансиската анализа е токму предвидувањето на финансиската состојба на компанијата, додека од аспект на менаџментот анализата на финансиските извештаи е корисна за антиципирање на условите во иднина и за планирање на идните активности.

Пред секое инвестирање во некоја компанија особено важно е поседувањето на податоци за минатото работење на компанијата, остварените резултати, нејзината ликвидност, исплатените дивиденди, инвестирањето во сопствениот раст и сл. Сите овие минати резултати и одлуки влијаат врз профитот кој ќе го остварува компанијата во иднина, а со тоа и врз заработувачката од инвестирањето на средствата на сите субјекти кои гледаат перспектива во работењето на избраната компанија и остварување на нивните поединечни цели. На тој начин, преку финансиската анализа и пресметката на финансиските показатели стејкхолдерите го препознаваат и оценуваат ризикот од инвестирање во хартиите од вредност на компанијата.



Анализа на финансиски извештаи - основа за предвидување на идното работење на компаниите

„Финансиската анализа претставува ставање на расположливите податоци и информации во однос, за да се дојде до продлабочени сознанија за значајни фактори, а со цел утврдување на веројатноста на грешките и трендовите и делување во насока на нивно поместување во саканиот правец“.³

Анализата на финансиските извештаи претставува употреба на сметководствените податоци во процесот на донесување деловни и инвестициски одлуки. Финансиските извештаи претставуваат прегледи кои го опфаќаат целокупното работење на компанијата. Процесот на анализа на финансиските извештаи е дизајниран за да им помогне на деловните луѓе, инвеститорите и кредиторите да научат како да ги читаат, интерпретираат и анализираат подготвените финансиски извештаи. Таа се фокусира, пред сè, на финансиските показатели кои ги користат аналитичарите, инвеститорите, менаџерите и другите заинтересирани субјекти, со кои се врши евалуација на финансиската состојба, оперативните перформанси и готовинските текови на работењето на компаниите.

Субјектите кои обезбедуваат капитал на компанијата (инвеститорите) и нивните советници се засегнати со ризикот кој е својствен за нивните вложувања и повратот којшто го обезбедуваат. Ним им требаат информации за да им помогнат да одлучат дали да купат, чуваат или продадат удели или акции во компанијата. Акционерите се, исто така, заинтересирани за информациите кои ќе им овозможат да ја проценат способноста на деловниот субјект да исплаќа дивиденди. Акционерите инвестираат капитал во компанијата надевајќи се дека ќе остварат барем просечен профит од својата инвестиција. Очекуваат профитот од инвестицијата да биде што е можно поголем; менаџментот на компанијата, пред сè, е заинтересиран да го зачува и да го зголеми капиталот кој тие му го довериле. Доколку не се остварат очекувањата на акционерите, тие своето незадоволство можат да го искажат на повеќе начини, како што се промена на менаџерскиот тим, продажба на акциите и др.

При донесувањето на стратешки одлуки за инвестирање, акционерите ги користат информациите од финансиските извештаи на една компанија за проценка на:

- обемот на продажбата - остварените приходи од редовни активности;
- бруто и нето профитната маржа;

3) Д-р Фотов Р. „Финансиски менаџмент“, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, 2010 год.



- остварената бруто и нето добивка;
- начинот на распределбата на добивката;
- износот на дивидендата по акција;
- реинвестираната добивка и нејзината намена;
- видот и обемот на паричните текови;
- стапката на обрт на капиталот;
- плановите и насоките за работење во наредниот период и др.

Истражувајќи ги односите и врските кои постојат помеѓу позициите во финансиските извештаи, финансиската анализа овозможува правилна проценка на финансиската состојба на претпријатието, перформансите и неговата ликвидност. Со цел да се оствари оваа задача, финансиските аналитичари користат неколку методи на анализа, како што се хоризонтална анализа, вертикална анализа, анализа на финансиските показатели, анализа на нето-обртен капитал и левериџ анализа.

Мерење на перформансите на компаниите преку пресметка на финансиски показатели

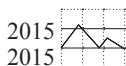
Основата на анализата на финансиските извештаи ја претставува примената на финансиските показатели.

Финансиските показатели претставуваат односи помеѓу две вредности изразени преку математичка формула и како такви сами по себе не претставуваат добра основа за проценка на финансиските перформанси на компанијата. Нивната важност и значењето се добиваат преку нивната интерпретација, односно преку нивната споредба со историските показатели на компанијата, со реперните вредности односно општоприфатените стандарди или, пак, со показателите на другите компании и просекот на индустријата.

Најпознатите финансиски показатели се групираат во четири категории:

- показатели на краткорочна ликвидност;
- показатели на долгорочна ликвидност;
- показатели за профитабилноста;
- показатели на пазарната цена и дивидендите.

Преку поврзување на еден дел од финансиските извештаи со друг, финансиските показатели на финансиските аналитичари им овозможуваат одговор на голем број прашања. Така показателите на ликвидноста нудат информации за способноста на претпријатието да извршува навремени плаќања преку одржување на потребната структура на средства и чување на добар кредитен бонитет.



Показателите за профитабилноста го покажуваат односот помеѓу остварената добивка и инвестираните средства. Наспроти претходно наведените, показателите на пазарната вредност се, пред сè, најзначајни за инвеститорите коишто ги користат при вложувањето на нивните ограничени парични ресурси и како такви овие показатели се однесуваат на берзанските цени на компанијата во однос на остварените добивки и книговодствени вредности на акциите.

Показатели на пазарната цена и дивидендите

Показателите на пазарната вредност на компанијата се рефлексција на показателите на компанијата за ликвидност, менаџирање со средства, финансискиот левериџ и профитабилноста. Доколку сите овие показатели се добри, тогаш и показателите на пазарна вредност на компанијата ќе имаат високи вредности. Во оваа група на показатели спаѓаат:

- Показател цена/добивка - претставува однос помеѓу пазарната цена на една акција и добивката по една акција. Овој показател е важен индикатор за идните инвеститори, бидејќи неговата висока вредност укажува на иден пораст на нето добивката на претпријатието.

$$\text{Коеф. цена/добивка} = \frac{P}{EPS}$$

Каде што:

P- претставува пазарната цена на акцијата;

EPS - претставува заработка по акција која се добива како однос помеѓу нето-добивката и бројот на акции во оптек и претставува фундаментална мерка на перформансите на компанијата.

- Показател пазарна вредност/книговодствена вредност по акција или т.н. market-book ratio - претставува однос помеѓу пазарната цена по акција и книговодствената вредност по акција. Овој показател покажува како инвеститорите ја прифаќаат компанијата. Акциите на компаниите кои остваруваат високи стапки на поврат се продаваат по повисоки пазарни цени во однос на нивните книговодствени вредности.

$$\text{Коеф.пазарна цена/книговод. вредност} = \frac{\text{Пазарна цена на акција}}{\text{Книговодствена вредност на акција}}$$

- Принос на дивиденда - се добива како однос помеѓу дивидендата по една акција и пазарната цена на една акција. Овој финансиски индикатор го покажува тековниот принос којшто акционерот го остварува како процент во однос на пазарната вредност на акциите



и како таков е особено значаен за инвеститорите кои преферираат остварување на стабилни приходи од дивиденди.

$$\text{Принос од дивиденда} = \frac{\text{Дивиденда по една акција}}{\text{Пазарна цена на една акција}}$$

- Показател на исплатлива дивиденда - е финансиски индикатор кој ја покажува политиката на распределба на добивката на претпријатието. Овој показател се добива кога ќе се стават во однос дивидендата по акција и заработката по акција и како таков дава информација за тоа колкав дел од заработката по акција се исплаќа во вид на дивиденда.

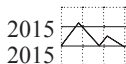
$$\text{Показател на исплатлива дивиденда} = \frac{\text{Исплатена дивиденда по акција}}{\text{Заработка по акција}}$$

Пазарна вредност на компанијата или т.н. пазарна капитализација - показател кој се добива кога пазарната цена по една акција ќе се помножи со вкупниот број на акции во оптек.

Заклучок

Финансиската анализа претставува основна алатка на секој инвеститор. Секоја одлука за инвестирање во некоја компанија е резултат на пресметка на голем број финансиски показатели и нивно толкување. Она што е особено важно е дека показателите не може да се анализираат изолирани, односно со цел да се донесе соодветна деловна одлука (како резултат на правилна проценка на оперативното работење и финансиската состојба на компанијата) треба да се земат предвид различни аспекти од работењето на компанијата. Пресметаните показатели се индикатори за сите недостатоци и пропусти во работењето и како такви се основа за преземање на корективни мерки.

Инвеститорите, пресметувајќи ги показателите поврзани со акциите и дивидендите доаѓаат до значајни информации за остварените заработки по акции, за односот помеѓу пазарните цени на акциите и нивните книговодствени вредности, за традицијата на исплаќање на дивиденди на компаниите и сл. Врз основа на овие информации тие ги донесуваат своите одлуки дали да ги инвестираат своите финансиски ресурси или не во акциите на една компанија.



Користена литература

- [1]. Фотов Р., „*Финансиски менаџмент*“, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, 2010
- [2]. David E. Vance, “*Financial Analysis & Decision making*”, The McGraw-Hill Companies, 2003
- [3]. Horngren, Sundem, Elliot, Philbrick, “*Introduction to financial accounting*”, Pearson education, 2006
- [4]. Институт за овластени ревизори, „*Финансиско известување*“, 2009
- [5]. Ѓ. Трајковска Оливера, Колева Благица, „*Анализа на финансиските извештаи*“, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, 2013



УДК: 336.201.3(100-775)
336.76:336.201.3(100-775)
331.5:336.201.3(100-775)

Стручен труд

ПРИРОДАТА И ЕФЕКТИТЕ НА ДАНОЧНАТА ИНЦИДЕНЦА (СО ПОСЕБНА АНАЛИЗА НА НЕКОИ ОДБРАНИ ЗЕМЈИ)

Илија Груевски¹
Стеван Габер²

Краток извадок

Во светот на економијата, економските промени не предизвикуваат само поединечни ефекти туку цела серија ефекти. Притоа, само првичниот примарен ефект е очигледен затоа што се манифестира симултано заедно со неговата причина. Задачата на економистите не е само да ги набљудуваат видливите првични ефекти, туку и да ги предвидат секундарните. Даночната инциденца претставува појава која се состои од одредени секундарни ефекти предизвикани од однесувањето, односно реакцијата на економските субјекти на плаќањето на даноци. Затоа, целта на овој труд е да се опишат, идентификуваат и објаснат дистрибутивните ефекти на даночната инциденца, како и факторите од кои тие зависат. Проучувањето на овој феномен се иницира повторно како резултат на потребата за постигнување на поголема транспарентност на даночниот товар во рамки на современите даночни системи. Во таа насока, во продолжение е направен и увид на состојбата со даночната инциденца во некои одбрани земји од групата на ОЕЦД, преку анализа на коефициентот на даночното премостување на сегментите на пазарот на труд и на пазарот на капитал.

Клучни зборови: *даночни системи, даночна реформа, даночна инциденца, даночна конкурентност, даночна транспарентност, коефициент на даночно премостување.*

1) Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип ilija.gruevski@ugd.edu.mk

2) Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип stevan.gaber@ugd.edu.mk



NATURE AND EFFECTS OF TAX INCIDENCE (WITH SPECIAL ANALYSIS OF SOME SELECTED COUNTRIES)

Ilija, Gruevski³
Stevan, Gaber⁴

Abstract

In the world of economy, economic changes don't produce just simple individual effects, but rather complicated series of effects. In the casual relationship, only the primary effect is directly observable because it is usually manifested simultaneously with the obvious cause. The task of the economists is not to just passively observe the visible primal effect, but also to predict the secondary effect as well. Tax incidence is a term used to describe the possible secondary effects and the reaction of the economic agents that arise from taxation. Therefore, the purpose of this article is to describe, identify and explain the distributional effects of the tax incidence and the determinants that produce them. The interest for studying of this economic phenomenon has been initiated again as a result of the need for greater transparency of the burden within the contemporary tax systems. In addition, the effects of tax incidence have been evaluated for some of the OECD countries adequately, through the separate analysis of the tax wedge coefficient on labor and capital market.

Keywords: *tax systems, tax reform, tax incidence, tax competition, tax transparency, tax wedge.*

Вовед

Како што е познато, во текот на последните 30-тина години дојде до одредени промени во фискалните политики на развиените земји, кои се проширија и кон останатите земји, така што добија поголеми реформски димензии. *Даночната реформа претставува динамичен процес на постојано усовршување на структурата на даночните системи во насока на целите на економската или поконкретно даночната политика.*⁵

3) Economic faculty, Goce Delcev University, Stip, Macedonia ilija.gruevski@ugd.edu.mk

4) Economic faculty, Goce Delcev University, Stip, Macedonia stevan.gaber@ugd.edu.mk

5) Една од најпознатите реформи во даночната сфера е онаа од осумдесеттите години, на американскиот претседател Роналд Реган, која почнувајќи од САД, па проширувајќи



Секоја даночна реформа во себе може да содржи неколку заеднички суштински елементи, и тоа: каква била состојбата на економијата пред преземањето на реформата (*историски елемент*), кои се притисоците или причините за даночната реформа, односно што треба да се постигне со реформата на даночниот систем (*причини или цели на реформата*), каков е текот или процесот на промените од реформата (*карактеристики на реформата*) и можеби најважното прашање – кои се резултатите од спроведената даночна реформа (*успешност на реформата*).

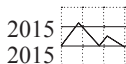
Современите причини за даночните реформи се многубројни: од економски или реални, како што се кризите во 80-тите години и последнава финансиска криза, до теоретско-идеолошки, како, на пример, промената на перцепцијата за улогата и значењето на фискалната политика. Сепак, според литературата, главните интенции кои ги промовираа даночните реформи ширум светот се однесуваа главно на: 1. подобрувањето на економската ефикасност на домашната економија и намалувањето на даночната дисторзија на даночниот систем; 2. унапредувањето на даночната конкурентност и меѓународната ефикасност на капиталот; 3. зголемувањето на ефикасноста и едноставноста на даночните системи; 4. подобрувањето на еднаквоста и праведноста на даночните системи. Но, покрај спомнативе „стандардни“ двигатели на реформските процеси во даночната сфера, во последно време сè почесто се вбројува и потребата од транспарентност на даночниот товар, односно неопходноста од намалување на даночната инциденца.

Суштината на даночната инциденца

Во светот на економијата, економските промени не предизвикуваат само поединечни ефекти туку цела серија ефекти. Притоа, само првичниот примарен ефект е очигледен затоа што се манифестира симултано заедно со неговата причина. Секундарните ефекти не можат да се забележат со голо око, тие најчесто се предвидуваат. Задачата на добрите економисти не е само да ги набљудуваат видливите првични ефекти, туку и да ги предвидат секундарните.

Даночната инциденца претставува појава која се состои од одредени секундарни ефекти предизвикани од однесувањето, односно реакцијата на економските субјекти на плаќањето на даноци. *Суштината на даночната инциденца се состои во одговорот на прашањето: кој навистина ги*

се во другите земји, добива интернационална димензија. Впрочем, современите реформи ја наследиле оваа карактеристика и вообичаена практика е успешните реформи да се пренесуваат како светско искуство.



плаќа даноците, односно кој го сноси даночниот товар?⁶ На ова навидум едноставно прашање наивниот читател би одговорил дека носителот на даночниот товар е номиналниот носител на обврската за плаќање на данок. Но, постојат многу примери кои укажуваат дека даночниот товар може да се префрли или пренесе (spillover) врз друг субјект, иако тој не претставува законски даночен обврзник. На пример, на персоналниот данок на доход тоа би бил работодавачот, односно фирмата која ги врши пресметките за плати. Меѓутоа, одговорот на прашањето е доста покомплициран затоа што во себе инкорпорира доста сложени односи на интеракции и однесување на основните економски агенти. *Теоријата на даночната инцидентца, всушност, се занимава со комплексното прашање на постигнување на економска рамнотежа во услови на менување на даночните стапки.*⁷ За да се откријат ефектите од промената на даноците мора да се анализираат релативните промени на цените на факторите на производство, како и да се споредат функциите на корисност на различните субјекти.

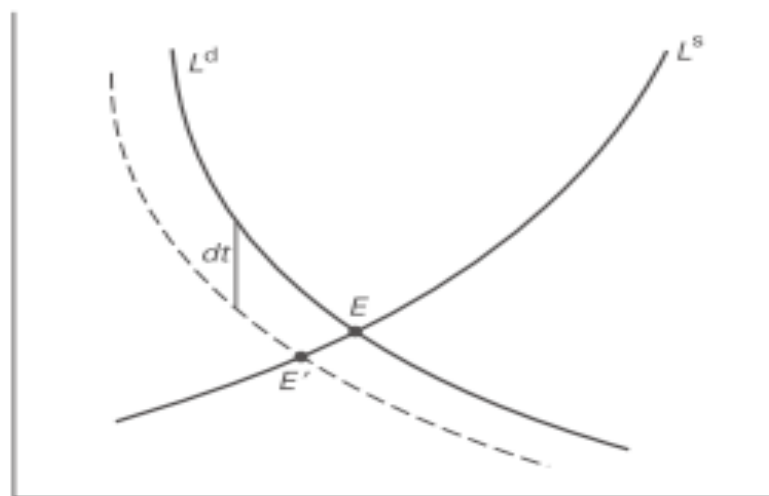
Последните даночни реформи го инкорпорираа принципот на даночната инцидентца како составен дел на конкретните даночни политики. *Имено, во повеќето земји постои интенција за конструирање на современи даночни системи во чии рамки даночната инцидентца би била јасна со цел даночниот обврзник да знае кој фактички го плаќа данокот.* Ваквите трендови ја воскреснаа теоријата на даночна инцидентца во парцијален и општ еквилибриум на Харбергер (Harberger, 1968), која се занимава токму со оваа проблематика.

Синтетизирано, без да се навлегува во подетални теоретски обопштувања, може да се каже дека ефектите од даночната инцидентца може да се јават на *пазарот на работна сила, на пазарот на капитал, на пазарот на стоки и услуги и на меѓународниот пазар на капитал.* Како наједноставен пример за даночна инцидентца може да се земе примерот со *парцијалниот пазар на работна сила.* Ако се претпостави дека на парцијалниот пазар на работна сила постојат висококвалификувани работници, каде што интеракцијата на понуда и побарувачка би требало на долг рок да го исчисти пазарот во состојба на рамнотежа, тогаш оданочувањето на доходот на работната сила (платите) неминовно ќе ја наруши ваквата состојба. Илустративно, овој ефект може да се види од следниов графикон:

6) Кој го плаќа даночниот товар? Привичниот одговор гласи дека тоа е лицето кое, всушност, го потпишува чекот, цитирано според Бернард Салани, алудирајќи на т.н. „Flypaper Theory of Incidence“, според која даноците остануваат таму од каде што и доаѓаат.

7) Salanie B.: „The economics of taxation“, The MIT Press Cambridge, Massachusetts, 2000, стр. 16.

Нето плата W



Вкупна вработеност L

Графикон 1. Даночна инциденца на пазарот на квалификувана пазарна сила

Figure 1. Tax incidence on the market for qualified labor

Од графиконот јасно се гледа дека доколку не постои оданочување, еквибриумот на пазарот на работна сила се формира во точката E , каде што се сечат понудата и побарувачката на квалификувана работна сила. Ако се воведо данок на доход кој го остваруваат работниците (dt), под претпоставка нето-платата на работникот (w) да остане непроменета, работодавачот ќе мора да пресмета бруто плата во износ $w(1 + dt)$. Ова ќе предизвика зголемување на трошоците за работна сила и опаѓање на нејзината побарувачка, од точката E во точката E' . Како резултат на поскапувањето на факторот работна сила доаѓа и до намалување на просечната нето-плата w . Според тоа, иако примарно товарот од данокот на доход паѓа на страната на работодавачот (намалување на побарувачката на работна сила), ефектот од даночната инциденца секундарно се пренесува и на страната на работникот (намалување на просечната нето – плата, односно на понудата на работна сила).

Едноставниот пример ја илустрира суштината на даночната инциденца дека таа, всушност, доведува до нарушување (дисторзија)



на економските активности и до намалување на вкупната ефикасност во економијата. Меѓутоа, како што наложуваат поновите фискални критериуми, потребно е современите даночни системи да бидат транспарентни и јасно да укажуваат на носителот на даночниот товар. Се поставува прашањето за тоа кој од различните агенти претежно го сноси бремето на даночните стапки. Прашањето е комплицирано и едноставен одговор не може едногласно да се даде, но економската теорија во основа може да понуди одговор барем за факторите од кои зависат секундарните ефекти што ги креира инциденцата.

Фактори на даночната инциденца

Најпрвин, во услови на парцијален пазар на факторите на производство, како што беше примерот со пазарот на работна сила, дали даночниот товар во поголема мера ќе падне врз работниците или работодавачите, ќе зависи пред сè од *степенот на еластичност на кривите на понудата и побарувачката на работната сила*. Притоа: 1. колку е поголем степенот на еластичност на двете криви, толку е поголем и ударот на даноците и врз понудата и врз побарувачката на работна сила, односно врз вкупната вработеност; 2. доколку степенот на еластичност на побарувачката на работна сила е поголем, поголем дел од даночниот товар го сносат работниците (поголемо намалување на понудата на работна сила) и ако степенот на еластичност на побарувачката на работна сила е помал, тогаш даночниот товар паѓа на товар на работодавачите (поголемо намалување на побарувачката на работна сила).⁸

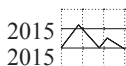
Меѓутоа, претпоставките кои се однесуваат на парцијалните пазари на факторите на производство се доста симплифицирани и не кореспондираат со условите во реалноста. Ефектот од даноците се рефлектира врз релативните цени на факторите на производство, но и врз општото ниво на цените што во повратна спрега преку производствената и продажната цена влијае врз понудата и побарувачката на трудот. Исто така, не се зема предвид и можноста за замена или супституција на трудот со капитал и обратно. За таа цел, теоријата на даночна инциденца на Харбергер во услови на општ еквилибриум ги анализира ефектите од даноците воведувајќи дел од ваквите претпоставки во замислена економија која произведува два аутпута X и Y со два фактори на производство: труд L и капитал K . Не навлегувајќи детално во анализата, генерално, можат да се наведат следните заклучоци во врска со даночната инциденца:

8) Salanie B.: “The economics of taxation”, The MIT Press Cambridge, Massachusetts, 2000, стр. 18.



1. Прво, во состојбата на рамнотежа и двата фактора во кој било сектор имаат *идентична барана стапка на принос по оданочување*. Тоа значи дека ако се зголеми данокот на доход од капитал во секторот X, тогаш бараната стапка на капиталот по оданочување ќе се намали, но не само во секторот X туку на ниво на цела економија. Ова е поради *претпоставката за перфектна мобилност на капиталот помеѓу секторите*. Имено, бидејќи инвеститорите би го повлекле капиталот од секторот X и би го вложиле во Y, сето тоа би довело до изедначување на бараните стапки на принос и во двата сектори. *Значи, во перфектно мобилна економија, оданочувањето на факторите на производство врши подеднакво редуцирање на соодветните стапки на принос*.
2. Второ, не постои разлика во системот на оданочување: *оданочувањето на инпутите или факторите на производство во кој било сектор е сосема еквивалентно на оданочувањето на аутпутите или крајните производи во двата сектори*. Ова значи дека пропорционалните стапки на данок на доход на двата фактори од, на пример 10%, генерираат исти приходи како и униформните стапки на ДДВ на двата производа на секторите од 10%.
3. Оданочувањето креира два ефекта: *едниот дејствува преку релативната побарувачка на аутпутите и се нарекува ефект на волумен (или ефект на доход), а другиот преку релативната побарувачка на факторите на производство кој е познат под називот ефект на супституција*. Првиот ефект во основа зависи од еластичноста на побарувачката за аутпутите, а вториот од еластичноста на побарувачката на факторите на производството (степенот на интензивност на капиталот и трудот).
4. *Ако степенот на интензивност (степенот на релативна расположливост) на капиталот и трудот се идентични, во тој случај зголемувањето на даночниот товар е еднакво распоредено помеѓу двата фактори на производството* (помеѓу капиталот и трудот). Во овој случај даноците се неутрални, а даночната инциденца не е присутна. Доколку секторите во економијата се *трудоинтензивни* (како што е, на пример, текстилната индустрија), зголемувањето на степенот на оданочување паѓа на товар на трудот, односно го поднесуваат работниците. И обратно, ако секторите во стопанството се *капиталноинтензивни* (на пример, автомобилска индустрија), даночниот товар го сноси капиталот, односно работодавецот.⁹

9) Види пошироко: Salanie B.: “The economics of taxation”, The MIT Press Cambridge, Massachusetts, 2000, стр. 23-32.



5. Претходново се однесува за затворена економија. Ако се тргнат ваквите претпоставки, т.е. ако се замисли мала отворена економија која нема влијание врз формирањето на светските цени на факторите на производство и ако капиталот е перфектно мобилен, во тој случај зголемувањето на даночната стапка во таа земја ја намалува бараната стапка на принос на капиталот по оданочување. Како резултат на тоа, капиталот се сели од домашната економија во други светски дестинации трагајќи по поголема стапка на принос. Во конкретниов случај, *ефектот на даночната инциденца е на страната на трудот*, со оглед на фактот што капиталот е мобилен и може да се трансферира. Меѓутоа, и покрај глобализацијата, меѓународните пазари на капитал сè уште не се доволно интегрирани што го релативизира до одреден степен значењето на претходнава констатација.

*Според тоа, даночната инциденца може да има разни дистрибутивни консеквенци.*¹⁰ Дали капиталот, потрошувачката или трудот во најголем обем ќе го носат даночниот товар ќе зависи од степенот на еластичност на побарувачката, од степенот на супституција, степенот на релативна расположливост на факторите на производството и степенот на мобилност на капиталот и трудот во меѓународни рамки.

Методи за утврдување на даночната инциденца

Напомена дека ефектите од даночната инциденца може да се јават во услови на парцијален и општ¹¹ еквилибриум, и тоа: на *пазарот на работна сила, на пазарот на капитал, на пазарот на стоки и услуги и на меѓународниот пазар на капитал*, но како најрелевантни за нашата анализа се сметаат ефектите кои се манифестираат на првите два пазарни сегменти. Суштината на даночната инциденца на пазарот на работна сила се огледа во ефектот што го имаат даноците (персоналниот данок на доход и придонесите за социјално осигурување) врз понудата и побарувачката на работна сила. Така, ако даночното оптоварување во поголем дел го снесат работодавачите, тогаш побарувачката на работна сила би била помала од понудата на работна сила и обратно, ако ефективниот даночен товар во поголема мера го снесат работниците, тогаш понудата би била помала од побарувачката на работна сила. Од оваа констатација следи заклучокот

10) OECD: “Fundamental corporate tax reform”, A tax policy studies, 2007, стр. 72

11) За теоријата на даночна инциденца во општ еквилибриум на Харбергер, како и за ефектите и факторите од кои таа зависи, види: Salanie B.: „The economics of taxation“, The MIT Press Cambridge, Massachusetts, 2000, стр. 23-32 и OECD: „Fundamental corporate tax reform“, A tax policy studies, 2007, стр. 72.



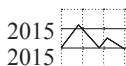
дека, всушност, даночната инциденца, која се однесува на дисторзивните нарушувања на понудата и побарувачката на работна сила може да се поистовети со ефектот на „даночниот клин“, односно ефектот на даночното премостување (tax wedge). Даночното премостување или даночниот товар на трудот, едноставно може да се сфати како разлика помеѓу *трошоците за бруто-плата кои ги сноси работодавачот* (реална плата пред оданочување) и *расположливата нето-плата за потрошувачката на работникот* (реална плата по оданочување).¹² Имено, на пазарот на работна сила директното и индиректното оданочување овозможува да се премости даночниот товар, а со тоа и реалниот трошок помеѓу реалната плата како производствен трошок на работодавачите (real production wage) и реалната потрошувачка плата на работниците (real consumption wage). Реалната плата на работодавачите ги сочинува реалните трошоци на работната сила (LC – labour costs) како производствен фактор и таа е еднаква на платата исплатена од страна на работодавачот, плус даноците и придонесите по основа на плати. Реалната потрошувачка плата (CW – consumption wage), пак, е еднаква на трошокот на работната сила (LC), намалена за износот на директните и индиректните даноци, и таа е еквивалентна на расположливиот доход на работникот кој останал по оданочувањето. Според тоа, индексот на даночното премостување (или даночниот товар) на работната сила може да се пресмета како однос помеѓу разликата на трошоците на работната сила и потрошувачката плата и трошоците на работната сила:¹³

$$\text{Wedge}_{(L)} = (LC - CW) / LC;$$

Аналогно, даночната инциденца на пазарот на капитал го дава ефектот од оданочувањето (корпоративниот данок и персоналниот данок) врз побарувачката и понудата на капитал. Побарувачката на капитал е претставена од страна на фирмите и компаниите, додека понудата на капитал од страна на штедачите. Доколку вишокот на даночниот товар го снесат главно компаниите, по правило, треба да дојде до намалување на побарувачката на капитал, а со тоа и до контракција на процесот на инвестирање и акумулација на капиталот во економијата. Од друга страна, пак, вишокот на даночното оптоварување кое го снесат штедачите би требало да ја редуира стапката на поврат на заштедите, но и обемот

12) Види: McKee M.J., Visser J.J.C., Saunders P.G.: „Marginal tax rates on the use of labour and capital in OECD countries“, An OECD tax policy study, 2002.

13) Leibfritz W., Thornton J., Bibbie A.: „Taxation and economic performance “An OECD Studies, 1997, стр.34.



на штедење (или понудата на капитал). Слично, ефектот на „даночниот клин“ на пазарот на капитал е претставен преку индикаторот на даночното премостување на капиталот, кој е идентичен на *разликата помеѓу стапката на принос пред оданочување што ги остваруваат компаниите на своите инвестиции (p) и стапката на принос на заштедите со кои се финансираат инвестициите (s)*:¹⁴

$$\text{Wedge}_{(K)} = (p - s) / p;$$

Сепак, треба да се има предвид дека и кај двата пазарни сегмента, даноците немаат секогаш пресудно влијание врз состојбата со понудата и побарувачката на труд и капитал, и во крајна линија тие се детерминирани од степенот на еластичност на нивните криви.

Анализа на даночната инциденца на некои побитни земји

Со цел подобро да се сфати значењето и ефектот на даночната инциденца, но и со цел да се илустрира начинот на интерпретација на нејзините показатели, во продолжение следи анализата на даночната инциденца на некои одбрани земји од групата на ОЕЦД и тоа: САД, Германија, Обединетото Кралство, Словенија, Хрватска и Македонија. Притоа, за секоја земја во зависност од расположливите податоци одделно ќе се анализира ефектот на даночниот товар на пазарот на работна сила и на пазарот на капитал.

Соединети Американски Држави

Даночната инциденца на пазарот на труд.

И покрај тоа што обврските врз основа на персоналниот данок на доход и социјалните придонеси подеднакво ги плаќаат и работниците и работодавачите, во САД е регистриран позитивен даночен товар на просечната плата на индивидуалниот работник. Тоа го потврдува коефициентот на даночното премостување пресметан на просечната плата на индивидуалниот работник, кој во САД во 2006 година изнесувал 29,9%, со што од набљудуваните 30 земји на ОЕЦД, САД се позиционираат на 22-то место, гледано според големината на даночниот товар на индивидуалната просечна плата (на прво место со убедливо најголем коефициент од 55,5% е Белгија, а на последно место со убедливо најмал коефициент од 15% е Мексико). Ова значи дека САД припаѓаат на групата земји со пониско просечно зафаќање на просечната бруто-плата од оваа

14) Види: Груевски И.: „Даночните стимулации како инструмент на фискалната политика“, Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, 2014.

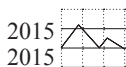


групација, кое изнесува 37,7%. Слична констатација може да се направи и за одделните категории на доход. Така, на доходот во категоријата од 33 до 67% од просечната плата, износот на даночното зафаќање изнесува 25,4%, на доходот во категоријата од 67-100%, тоа изнесува 28,9%, на доходот во износ од 100 до 150% има висина од 32,4% и на доходот од последната категорија која опфаќа 150-200% од просечната бруто-плата, интензитетот на даночното оптоварување изнесува 35,6%. Прикажаните податоци покажуваат дека во 2006 година системот на персоналниот данок на доход на САД ја обезбедува потребната прогресивност која е неопходна за задоволување на принципот на даночната праведност. Меѓутоа, анализата на еволуцијата на коефициентот на даночното премостување укажува на нешто сосема спротивно. Имено, и покрај тоа што коефициентот на даночното зафаќање на просечната плата во периодот од 2000 до 2006 година се намалил за 0,5%, дистрибуцијата на намалувањата на вишокот на даночниот товар по одделните категории на доход во последователниот период е извршена неправедно. Податоците укажуваат дека поголемо редуцирање на даночниот товар е направено кај категориите со повисок износ на доход (намалување од 0,9% и 1,6% соодветно за двете највисоки категории на доход), додека намалување во помал обем е регистрирано кај најниските категории на доход, и тоа во износ кој е еднаков на просекот од 0,5%. Последните факти се доказ дека вишокот на даночното оптоварување во САД започнува да се префрла од побогатите кон посиромашните индивидуални лица, што, секако, претставува тренд на оддалечување од општоприфатливите принципи на даночната политика.¹⁵

Даночната инциденца на пазарот на капитал.

Недостатокот на податоци во врска со даночното премостување или, поточно, ефектот на „даночниот клин“ на пазарот на капитал во САД ќе го компензираме преку анализа на ефективните даночни стапки на компаниите за инвестирање во опрема и градежни објекти. Како што е познато, методологијата на маргиналните ефективни стапки во себе го инкорпорира коефициентот на даночното премостување, кој е клучен показател за ефектот на даночната инциденца. Ако ефективните стапки имаат негативна вредност, таа произлегува од негативната вредност на даночното преместување и индицира на фактот дека вишокот на даночното оптоварување го сносат штедачите, и обратно. Конкретно,

15) Деталните податоци се земени од: „Taxing Wages 2006-2007 - Special feature: Tax reforms and tax burdens“, OECD Tax studies, 2007, како и од линкот: <http://dx.doi.org/10.1787/187510126687>.



ефективната стапка на компаниите од САД при инвестирање во опрема со сопствен капитал изнесувала 24% во 2005 година, додека при инвестирање преку емисија на заем (задолжување), таа изнесувала -46%. Позитивниот предзнак на коефициентот значи дека во првиот случај вишокот на даночното оптоварување го сносит сопствениците на компаниите, додека, пак, негативниот предзнак во вториот случај може да се протолкува дека, всушност, штедачите се оние кои во поголем обем го поднесуваат даночниот товар. Трендот на коефициентот на даночното зафаќање за инвестиција во опрема финансирана со долг покажува дека со текот на годините се случувало постепено преместување, односно намалување на вишокот на даночниот товар на штедачите (-94% во 1980 и -46% во 2005). За разлика од инвестирањето во опрема, при инвестирање во градежни објекти, вишокот на даночниот товар во целина го сноси капиталот или, поточно, сопствениците на капиталот (ефективна стапка од 43% во 1979 г. и 41% во 2005 г.). Ако резимираме во врска со инциденцата на пазарот на капитал во САД може да се заклучи дека вишокот на даночниот товар претежно паѓа врз американските компании.¹⁶

Германија

Даночната инциденца на пазарот на труд.

Анализата на даночната инциденца на пазарот на труд во Германија покажува дека постои висок и позитивен даночен товар на платата на индивидуалниот работник, без разлика што и таму давачките врз основа на персоналниот данок на доход и социјалните придонеси ги плаќаат двете странки на работниот однос. Доказ за тоа е коефициентот на даночното преместување пресметан на просечната плата на индивидуалниот работник, кој во Германија во 2006 година изнесувал 53,2%, со што во групацијата на ОЕЦД таа се позиционира на високото второ место, веднаш зад Белгија, гледано според големината на даночниот товар на индивидуалната просечна плата. Тоа значи дека Германија припаѓа на групата земји со натпросечно зафаќање на просечната бруто-плата. Ист заклучок може да се направи и за одделните категории на доход. Така, на доходот во категоријата од 33 до 67% од просечната плата, износот на даночното зафаќање изнесува 44,0%, на доходот во категоријата од 67 до 100%, тоа изнесува 50,9%, на доходот во износ од 100 до 150%, има висина од 54,2%, и на доходот од последната категорија која опфаќа 150-200% од просечната бруто-плата, интензитетот на даночното оптоварување изнесува 54,0%. Овие податоци даваат индикации дека даночните стапки на персоналниот данок на доход во Германија, гледано во целина, биле

16) The Institute of Fiscal Studies.



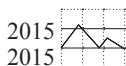
прогресивни во конкретната 2006 година. Сепак, временската анализа покажува дека и покрај тоа што коефициентот на даночното зафаќање на просечната плата во периодот од 2000 до 2006 година се намалил за 0,8%, распределбата на намалувањата на вишокот на даночниот товар по одделните категории на доход и во случајот со Германија не е извршена праведно. Податоците укажуваат дека зголемување на даночниот товар е регистрирано само кај најниската категорија на доход (од 0,3%), додека кај останатите категории е евидентирано намалување, кое е најголемо кај повисоките категории на доход (намалување од 0,6% за втората, 1,4% за третата и дури 2,0% за четвртата категорија на доход!). Ова значи дека вишокот на даночното оптоварување се преместува од имотните кон помалку имотните даночни обврзници, што, во крајна мера, резултира и со редуцирање на степенот на прогресивност на даночната структура на персоналниот данок на доход од 7,0% во 2000, на 5,1% во 2006 г.¹⁷

Даночната инциденца на пазарот на капитал.

Спомнавме дека оценката во врска со даночното премостување или, поточно, ефектот на даночната инциденца на пазарот на капитал ќе ја извршиме индиректно преку анализа на ефективните даночни стапки. Од расположливите податоци за ефективните даночни стапки на компаниите во Германија се достапни токму оние кои се најбитни од аспект на проценката на вкупната состојба на даночната инциденца на пазарот на капитал, а тоа се ефективните стапки на вкупните инвестиции. Веднаш може да се оцени дека во Германија вишокот на даночното оптоварување го сносат германските корпорации и компании. Имено, ефективната даночна стапка на вкупните инвестиции во Германија во 2005 година е измерена во висина од 30,0%, која од претставените земји повторно се рангира на високото второ место според висината на даночниот товар, веднаш зад прворангираната Франција, која има ефективна стапка од 34,7%. Високата и позитивна стапка на претставениот коефициент јасно укажува дека даночната инциденца на пазарот на капитал во Германија паѓа на страната на сопствениците на компаниите, резултирајќи со позитивно оданочување на економскиот профит.¹⁸

17) Деталните податоци се земени од: „Taxing Wages 2006-2006 - Special feature: Tax reforms and tax burdens“, OECD Tax studies, 2007, како и од линкот: <http://dx.doi.org/10.1787/187510126687>.

18) Види: табела 2 од прилогот на трудот.



Обединетото Кралство

Даночната инциденца на пазарот на труд.

За Обединетото Кралство, исто така, важи констатацијата дека вишокот на даночното оптоварување на пазарот на труд во поголем обем го снесат работниците, без разлика што некои од придонесите за социјално осигурување ги подмируваат работодавачите. Коефициентот на даночното премостување пресметан на просечната плата на индивидуалниот работник во Обединетото Кралство во 2006 година изнесувал 34,0%. Тоа го сместува Обединетото Кралство на почетокот на групата земји со средна висина на даночното зафаќање на просечната бруто-плата, односно на 20-тото место, гледано според висината на коефициентот. Што се однесува до одделните категории на доход, на доходот во категоријата од 33 до 67% од просечната плата износот на даночното зафаќање изнесува 26,9%, на доходот во категоријата од 67 до 100% тоа изнесува 32,6%, на доходот во износ од 100 до 150% има висина од 35,0% и на доходот од последната категорија која опфаќа 150-200% од просечната бруто-плата, интензитетот на даночното оптоварување изнесува 38,3%. Овие податоци укажуваат дека во 2006 година структурата на персоналниот данок на доход во Обединетото Кралство била прогресивна. Меѓутоа, еволуцијата на коефициентот на даночното премостување во периодот од 2000 до 2006 година покажува дека, за разлика од САД и Германија, дошло до зголемување на коефициентот на даночното премостување (или на вкупното даночно зафаќање) на просечната плата за 1,5%. Притоа, дистрибуцијата на порастот на даночниот товар по одделните категории на доход се извршила скоро пропорционално за првите три категории доход, додека четвртата и највисока категорија добила најголемо процентуално зголемување на даночниот товар. Сето тоа резултирало и со позначајно зголемување на степенот на прогресивност на даночната структура на персоналниот данок на доход во Обединетото Кралство од 15,9% на дури 20,8% во истиот временски период. Овие аргументи потврдуваат дека вишокот на даночното оптоварување се премостува кон побогатите граѓани, односно дека даночниот систем во Обединетото Кралство успеал да ја зачува вградената прогресивност на својата структура.¹⁹

Даночната инциденца на пазарот на капитал.

Оценката во врска со ефектот на даночната инциденца на пазарот на капитал во Обединетото Кралство ќе ја извршиме повторно преку

19) Деталните податоци се земени од: „Taxing Wages 2006-2006 - Special feature: Tax reforms and tax burdens“, OECD Tax studies, 2007, како и од линкот: <http://dx.doi.org/10.1787/187510126687>.



анализа на ефективните даночни стапки. Податоците со кои располагаме, а се однесуваат за ефективните даночни стапки на вкупните инвестиции во ОК, покажуваат дека вишокот на даночното оптоварување го снесат британските корпорации и компании. Имено, соодветната стапка на вкупните инвестиции во Обединетото Кралство во 2005 година изнесувала 26,7%, со што се рангира на високото петто место од претставените земји, набљудувано според висината на даночниот товар (повисоки стапки имаат само Франција 34,7%, Германија 30,0%, Малта 28,8% и Шпанија со 29,2%). И во оваа европска земја, високата и позитивна ефективна стапка претставува јасна потврда дека вишокот на даночното оптоварување на пазарот на капитал повеќе ги погодува сопствениците на капиталот, што во крајна мера резултира со позитивно оданочување на профитот на компаниите.²⁰

Словенија

Релевантните податоци кои се на располагање овозможуваат да се направи оценка само за **даночната инциденца на пазарот на капитал**, со оглед на недостатокот на информации во врска со пазарот на работна сила. Имено, висината на даночните стапки, структурата на даночниот систем во содејство со имплементирани мерки во Словенија продуцираат ефект на пренесување на вишокот на даночниот товар врз словенечките корпорации и компании. Така, од податоците се гледа дека ефективната даночна стапка на вкупните инвестиции во Словенија во 2005 година изнесувала 13,2%. Меѓутоа, ако се спореди оваа стапка со законската стапка на корпоративниот данок од 25% може да се заклучи дека преземените даночни мерки успешно го преполовиле ефективниот даночен товар на домашните компании и покрај тоа што постои позитивно оданочување на економскиот профит. Поради тоа, Словенија се рангира во групата на европски земји со релативно низок, но позитивен даночен товар, меѓу кои спаѓаат Кипар, Латвија, Литванија, Полска и Словачка. Може да се резимира дека вишокот на даночното оптоварување на пазарот на капитал во Словенија, во поголем обем го снесат сопствениците на капиталот, што во крајна мера резултира со умерено, но сепак позитивно оданочување на добивката на компаниите.²¹

20) Види: табела 2 од прилогот на трудот.

21) Види: табела 2 од прилогот на трудот



Хрватска

Податоците за ефективниот даночен товар во Хрватска овозможуваат да се направи оценка само за состојбата со **даночната инциденца на пазарот на капитал**, но не и за пазарот на работна сила, исто како во случајот со Словенија. Може да се каже дека во тој поглед Хрватска значително се разликува од сите веќе анализирани земји во овој труд. Имено, структурата на даночниот систем, како и имплементираните мерки во оваа земја произведуваат инциденца која паѓа на страната на штедачите, наместо на страната на компаниите. Така, од податоците се гледа дека ефективната даночна стапка на вкупните инвестиции во Хрватска во 2005 година изнесувала $-9,5\%$, што значи дека вишокот на даночното оптоварување преминува на страната на хрватските штедачи. Ова значи дека во Хрватска даночниот систем ги „субвенционира“ домашните корпорации, креирајќи негативен даночен товар при оданочувањето на економскиот профит. За истакнување е и фактот што од сите претставени земји Хрватска се наметнува како лидер кога е во прашање ниското зафаќање на профитот на компаниите. Инаку, од групата на европските земји, уште само Р. Македонија има негативна ефективна стапка во висина од $-5,4\%$ во 2005 година, за разлика од сите останати земји кои остваруваат позитивни стапки.²²

Македонија

Карактерот на анализата на даночната инциденца за Македонија е сличен како и за претходниве две земји и истата се однесува само на пазарот на капитал, со оглед на недостатокот на релевантни информации за даночното премостување на пазарот на труд. Како што се гледа од приложената табела 2, вкупниот даночен товар на компаниите во 2006 година изнесувал $8,2\%$, што укажува на позитивно зафаќање на економскиот профит кој го остваруваат македонските компании. Но, бидејќи законската стапка на данокот на добивка во 2006 година изнесувала 15% , може да се заклучи дека поволносите што ги нуди домашниот даночен систем значително ја редуцираат (или поточно, ја преполовуваат) ефективната даночна стапка на компаниите на дури $8,2\%$. Со тоа може да се генерализира дека од овој аспект Македонија се позиционира во групата на земји со најниско даночно зафаќање на профитот на компаниите, каде што можат да се сместат уште само Хрватска, Литванија и Кипар, сите со коефициент на ефективниот даночен товар под 10% . Ова укажува на фактот дека вишокот на даночното оптоварување на пазарот на капитал во Македонија, сепак, крајно го поднесуваат сопствениците на капиталот,

22) Види: табела 2 од прилогот на трудот



што резултира со ниско, но позитивно оданочување на добивката на компаниите.²³

Заклучок

Теоријата на даночната инциденца се занимава со проучувањето на ефектот од промената на даночните стапки врз економската рамнотежа или еквилибриум. Оваа теорија што ја постави Харбергер (Harberger, 1968), всушност, се занимава со комплексното прашање на постигнување на економска рамнотежа во услови на постоење на даноци и даночен систем и тоа како резултат на менувањето на даночните стапки. Суштината на даночната инциденца се состои во тоа што таа укажува на вистинскиот, крајниот носител на даночниот товар. Иако примарно се смета дека него го претставува законскиот, номиналниот даночен обврзник, сепак постојат многу примери кои укажуваат дека даночниот товар може да се пренесе и врз друг субјект. Инаку, таа претставува појава поврзана со секундарните ефекти кои произлегуваат од однесувањето (реакцијата) на економските субјекти на оданочувањето. Ефектите од даночната инциденца може да се јават на пазарот на работна сила, на пазарот на капитал, на пазарот на стоки и услуги и на меѓународниот пазар на капитал. Даночната инциденца може да продуцира разни дистрибутивни ефекти кои претежно зависат од степенот на еластичност на побарувачката, од степенот на супституција, од степенот на релативната расположливост на факторите на производството, како и од степенот на мобилноста на капиталот и трудот во меѓународни рамки. Даночната инциденца често се поистоветува со ефектот на „даночниот клин“, односно ефектот на даночното премостување (tax wedge). Анализата на даночната инциденца на некои побитни земји од групата на ОЕЦД укажува дека Германија и Обединетото Кралство имаат силни изразени дистрибутивни ефекти на даночна инциденца, како на пазарот на труд, така и на пазарот на капитал. Во САД и Словенија тие ефекти се умерено нагласени, во Македонија се незначителни, додека во Хрватска ефектот од даночното премостување има негативна вредност.

23) Види: табела 2 од прилогот на трудот.



Користена литература

- [1]. OECD (2007). “*Fundamental corporate tax reform*”. A Tax Policy Studies, OECD
- [2]. OECD (2007). “*Fundamental reform of corporate income tax*”. A Tax Policy Studies, OECD
- [3]. OECD (2006). “*Reforming personal income tax*”. A Tax Policy Studies, OECD
- [4]. OECD (2007). “*Taxing Wages 2005-2006 - Special feature: Tax reforms and tax burdens*”. A Tax Policy Studies, OECD
- [5]. OECD (2007). “*Work incentives in Germany*”. A Tax Policy Studies, OECD
- [6]. OECD (2007). “*Work incentives in United Kingdom*”, A Tax Policy Studies, OECD
- [7]. OECD (2007). “*Work incentives in United States*”, A Tax Policy Studies, OECD
- [8]. OECD (2000). “*Alternative tax burden measures*”, A Tax Policy Studies, OECD
- [9]. OECD (2007). “*Taxing Wages 2006-2007 - Special feature: Tax reforms and tax burdens*”, A Tax Policy Studies, OECD
- [10]. <http://dx.doi.org/10.1787/187510126687>
- [11]. Leibfritz W., Thornton J., Bibbie A. (1997). “*Taxation and economic performance*”. An OECD Tax Policy Study, Paris, OECD
- [12]. McKee M.J., Visser J.J.C., Saunders P.G. (2002). “*Marginal tax rates on the use of labour and capital in OECD countries*”. An OECD Tax Policy Study, OECD
- [13]. Salanie B. (2000). “*The economics of taxation*”. The MIT Press Cambridge, Massachusetts
- [14]. Simovic H. (2009). “*Effective Corporate Tax burden in Croatia*”. Sveuciliste u Zagrebu
- [15]. The Institute of Fiscal Studies
- [16]. Груевски И. (2014). “*Даночните стимулации како инструмент на фискалната политика*”. Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев”, Штип
- [17]. Overesher M. (2005). “*The effective tax burden of companies in Europe*”. CESifo DICE Report 4/2005



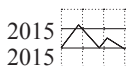
ПРИЛОГ

Табела 1. Коефициентот на даночното премостување²⁴ кај разните категории плати на индивидуален работник во периодот 2000-2006, во проценти

Table 1. The ratio of tax bridging at the various categories of individual worker salaries in the period from 2000-2006, in %

	Прос. плата (ПП)		33-67% од ПП		67-100% од ПП		100-150% од ПП		150-200% од ПП	
	Фактичка промена	Фискално приспособување	Фактичка промена	Фискално приспособување	Фактичка промена	Фискално приспособување	Фактичка промена	Фискално приспособување	Фактичка промена	Фискално приспособување
Австралија	-2.2	+5.0	+0.1	+4.6	-1.4	+4.5	-3.3	+4.6	-3.6	+3.4
Австрија	+0.9	+2.1	-0.3	+2.4	+0.8	+2.0	+1.0	+1.0	+0.2	-1.5
Белгија	-1.6	+2.1	-3.3	+5.1	-1.6	+2.3	-1.5	+1.9	-1.9	+1.6
Канада	-1.3	+0.7	-1.1	+1.0	-1.0	+1.3	-1.6	+0.4	-2.3	+0.9
Чешка	-0.1	+1.6	-1.7	+1.3	-0.6	+1.5	+0.3	+1.6	+1.3	+2.0
Данска	-3.1	+2.3	-1.5	+1.0	-2.9	+1.4	-2.6	+2.3	-2.0	+1.7
Финска	-3.7	+2.4	-4.3	+2.4	-3.6	+2.6	-3.4	+2.5	-3.5	+2.1
Франција	+0.6	+0.6	-6.5	+3.6	+0.0	+0.8	+1.0	+0.7	+1.5	+0.9
Германија	-0.8	+1.1	+0.3	+1.9	-0.6	+1.5	-1.4	+0.4	-2.0	-0.2
Грција	+3.4	+5.4	+0.0	+2.0	+2.0	+4.4	+3.3	+5.0	+3.9	+5.2
Унгарија	-2.7	+4.9	-9.2	+4.5	-5.3	+6.1	-2.8	+1.9	-2.3	-0.5
Исланд	+3.4	+11.6	+6.9	+10.0	+4.1	+7.2	+2.7	+10.7	-4.3	+3.4
Ирска	-5.9	+7.1	-4.3	+7.0	-4.3	+7.3	-6.3	+5.4	-5.3	+2.6
Италија	-0.9	+1.5	-1.9	+1.9	-0.7	+1.4	-1.1	+1.2	-0.3	+1.4
Јапонија	+4.0	-0.0	+4.0	-0.0	+4.0	-0.0	+3.9	-0.1	+2.9	-0.0
Кореја	+1.8	+4.2	+1.0	+1.0	+1.3	+2.8	+2.4	+5.1	+0.2	+4.5

24) Според методологијата на ОЕЦД, овој коефициент се изразува во процентни поени кај сите различни категории на бруто-плата (доход) по индивидуален работник, и тоа: за категоријата просечна плата, за категоријата 33-67% од просечната плата, за категоријата 67-100% од просечна плата, за категоријата 100-150% од просечна плата и за категоријата 150-200% од просечната плата.



Луксембург	-2.0	+3.4	-1.8	+2.4	-2.2	+3.0	-2.4	+2.9	-3.1	+1.3
Мексико	+2.4	+5.4	+4.1	+4.0	+3.5	+6.2	+3.0	+5.6	+2.4	+5.3
Холандија	+4.7	+3.5	-2.8	+2.9	-0.4	-0.9	+2.2	+1.6	+1.0	+2.2
Нов Зеланд	+1.7	+1.7	+0.5	+0.5	+0.6	+0.6	+2.2	+2.2	+2.5	+2.5
Норвешка	-1.1	+4.1	-1.2	+2.3	-0.6	+3.4	-1.6	+3.3	-2.2	+2.4
Полска	+0.6	+0.5	+0.5	+0.9	+0.6	+0.6	+0.6	+0.4	+1.0	+1.5
Португалија	+0.1	+3.2	-0.7	+2.8	+0.1	+3.6	+0.1	+3.5	+0.7	+3.6
Словачка	-3.2	+2.9	-6.3	+1.7	-3.9	+2.2	-3.5	+2.6	-4.7	+0.2
Шпанија	+0.5	+1.5	+1.0	+2.5	+0.7	+1.7	+0.7	+0.8	+1.6	-1.0
Шведска	-2.4	+2.6	-2.9	+1.0	-2.5	+1.4	-2.0	+2.1	-1.1	+1.9
Швајцарија	-0.6	+0.7	-0.5	+0.5	-0.6	+0.6	-0.6	+0.8	-0.8	+0.8
Турција	+2.3	-8.3	+2.9	-1.4	+2.5	-7.1	+5.0	-6.3	+9.9	-3.2
Велика Британија	+1.5	+0.4	+1.7	+3.1	+1.5	+1.6	+1.7	+1.8	+2.0	+2.2
САД	-0.5	+2.5	-0.5	+1.3	-0.5	+1.3	-0.9	+2.1	-1.6	+1.5
<i>ОЕЦД просек</i>	<i>-0.1</i>	<i>+2.6</i>	<i>-0.9</i>	<i>+2.5</i>	<i>-0.4</i>	<i>+2.2</i>	<i>-0.2</i>	<i>+2.3</i>	<i>-0.3</i>	<i>+1.6</i>

Извор: „Taxing Wages 2006-2007 - Special feature: Tax reforms and tax burdens“, OECD Tax studies, 2007. стр.27.

Табела 2. Законски, маргинални и просечни стапки на земјите од ЕУ во 2005, во проценти

Table 2. Statutory, marginal and average rates of the EU countries in 2005, in %

Земја	Законска даночна стапка	МЕДС (Tax wedge)	ПЕДС
Австрија	25,0	18,9	23,1
Белгија	34,0	20,4	29,7
Кипар	10,0	8,8	9,7
Чешка	26,0	15,6	22,9
Данска	28,0	19,1	25,2
Естонија	24,0	16,8	21,8
Финска	26,0	21,7	24,6
Франција	34,9	34,7	34,8
Германија	39,4	30,0	36,0
Грција	32,0	19,0	28,0
Унгарија	17,7	18,6	17,9



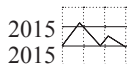
Ирска	12,5	14,4	14,7
Италија	37,3	22,7	32,0
Латвија	15,0	12,7	14,4
Литванија	15,0	6,9	12,8
Луксембург	30,4	18,3	26,7
Малта	35,0	28,8	32,8
Полска	19,0	11,9	17,0
Португалија	27,5	18,4	24,7
Словачка	19,0	10,7	16,7
Словенија	25,0	13,2	21,6
Шпанија	39,9	29,2	36,1
Шведска	28,0	19,1	24,8
Холандија	31,5	22,2	28,5
Велика Британија	30,0	26,7	28,9
Хрватска	20,0	-9,5	13,8
Р. Македонија*** 2006	15,0	8,2	13,5

Извор: ZEW; Simovic Hrvoje: „Effective Corporate Tax burden in Croatia“, Sveuciliste u Zagrebu, 2009, за Хрватска и сопствени пресметки за РМ.

Табела 3. Динамика на бројот на даночните прагови и даночните стапки на земјите од ОЕЦД во периодот 1986-1990

Table 3. Dynamics of the number of tax thresholds and tax rates of countries in OECD in the period from 1986-1990

	Број на категории доходи (brackets)		Највисока стапка во % (toprate)		Најниска стапка во % (first rate)	
	1986	1990	1986	1990	1986	1990
Австралија	5*	4*	57	47	24	21
Австрија	10	5	62	50	21	10
Белгија	12*	7*	72	55	24	25
Данска	3	3	45	40	20	22
Финска	11	6*	51	43	6	9
Франција	12*	12*	65	57	5	5
Германија^b	-	-	56	53	22	19



Ирска	3	3	58	53	35	30
Италија	9	7	62	50	12	10
Јапонија	15	5	70	50	10,5	10
Холандија	9	3	72	60	16	13
Нов Зеланд	6	2	57	33	17,5	24
Норвешка	8*	2*	40	20	3	10
Шпанија	34	16	66	56	8	25
Шведска^c	10*	1*	50	20	4	20
Швајцарија	6	6*	13	13	1	1
Велика Британија	6	2	60	40	29	25
САД	14	2	50	28	11	15

Оние категории кои имаат нулта стапка се исклучени и се обележани со ().

^b Бројот на категории (brackets) се исклучени, затоа што даночните шеми се базираат врз формула и не се изразуваат преку нив.

^c Се однесува за 1991 година.

Извор: ОЕЦД 1993 година.



КВАЛИТЕТНОТО УПРАВУВАЊЕ СО ЗАЛИХИТЕ ПРЕДУСЛОВ ЗА БРЗА И ЕФИКАСНА РЕВИЗИЈА

доцент д-р Јанка Димитрова¹
доцент д-р Благица Колева²

Краток извадок

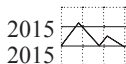
Зголемеиот интензитет на индустриско производство, сè поприсутната интеракција на организацијата со околината, сложените услови за стопанисување, неорганизираното производство и останати релевантни фактори, во прв план ја ставаат потребата од зголемување на залихите на материјални ресурси, како на пример: суровини, полупроизводи, готови производи, резервни делови и сл., со цел брзо и навремено да се одговори на барањата на купувачите или потребите на производниот процес. Перманентниот стремеж кон што поголем обем на продажба ја наметна потребата од квалитетно управување со залихите со цел да се минимизира нивото на ангажирани средства во залихи, а сепак да се имаат на располагање во секое време и обем според барањата на бизнисот.

Организационата поставеност и користените методи и техники за управување на залихите од страна на менаџментот значително влијаат на ревизорските техники и постапки за потврдување на состојбата на залихите кај ентитетот кај кој се врши ревизија на финансиските извештаи, а со тоа и врз ефикасноста на целокупната ревизија.

Клучни зборови: *залихи, менаџирање, обелоденување, финансиски извештаи, ревидирање, конфирмирање.*

1) Економски факултет Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип janka.dimitrova@ugd.edu.mk

2) Економски факултет Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип blagica.koleva@ugd.edu.mk



QUALITY INVENTORY MANAGING PREREQUISITE FOR RAPID AND EFFECTIVE AUDIT

Assistant Prof. Janka Dimitrova³

Assistant Prof. Blagica Koleva⁴

Abstract

The increased intensity of industrial production, the more pervasive interaction of the organization with the environment, the complex economic conditions, unorganized production and other relevant factors, first put the need to increase the quantities of material resources, such as raw materials, semi-finished products spare parts, etc., in order to quickly and timely respond to customer demands and needs of the production process. Permanent aspiration to a larger sales volume imposed the need for quality management quantities in order to minimize the level of engaged Assets in stock and still have available at any time and volume according to the requirements of the business.

Organizational structure and the methods and techniques to manage inventory by management significantly affect the audit techniques and procedures to confirm the stocks of the entity being audited financial statements and thus on the performance of the overall review.

Kew words: *stock, management, disclosure, financial reporting, auditing, confirmation.*

Вовед

Залихите се средства кои опфаќаат производи што се купени и се чуваат за препродажба, вклучувајќи и трговска стока или земјиште и други недвижности кои се чуваат за препродажба. Исто така, залихите опфаќаат произведени готови производи или производството во тек кое се произведува од страна на ентитетот и ги вклучува суровините и помошните материјали кои чекаат да се употребат во процесот на производство.

Залихите треба да се мерат и обелоденуваат во финансиските извештаи според пониската од набавната и нето реализационата вредност. Набавната вредност на залихите треба да ги опфати сите трошоци за набавка, трошоците за конверзија и другите трошоци направени за залихите да се доведат до нивната сегашна локација и состојба.

3) Faculty of economics University „Goce Delcev“ Stip janka.dimitrova@ugd.edu.mk

4) Faculty of economics University „Goce Delcev“ Stip blagica.koleva@ugd.edu.mk



Нето реализациона вредност е проценетата продажна цена во редовниот тек на работење намалена за проценетите трошоци за довршување и проценетите трошоци неопходни за да се изврши продажбата. Нето реализационата вредност се однесува на нето износот што ентитетот очекува да го реализира од продажбата на залихите во редовниот тек на работењето. Нето реализационата вредност за залихите може да не биде еднаква со објективната вредност намалена за трошоците на продажба.

Објективна вредност е износот за кој средството може да биде разменето или обврската подмирена во трансакција под комерцијални услови, помеѓу страни доволно информирани и подготвени своеволно да ја прифатат трансакцијата. Објективната вредност го одразува износот по кој истите залихи би можеле да се разменат на пазарот помеѓу запознаени и подготвени и купувачи и продавачи.

Залихите можат да бидат материјално значајни средства кај производните и трговските ентитети, па затоа е неопходно добро менаџирање, за да не се случи застој во производството и продажбата доколку се мали и ненавремни или пак преголеми трошоци доколку се големи и предвреме набавени или произведени.

Ревизорот при ревизијата на финансиските извештаи посебно внимание посветува на потврдувањето на состојбата на залихите, особено ако станува збор за материјално значајни ставки во финансиските извештаи. Преку спроведување на аналитичките постапки, ревизорот го идентификува воспоставениот систем на менаџирање со залихите и ги избира тестовите кои ќе ги направи за да прибере достатен и соодветен ревизорски доказ за потврдување на состојбата на залихите.

Менаџирање со залихи

Управувањето (менаџирањето) на материјалните реурси во една производствена организација значи управување со значајна компонента во работењето. Ова може да се аргументира од два аспекта:

- материјалните реурси како појавен облик на обртните средства;
- трошоците за материјалните ресурси како дел од севкупните трошоци.

Без разлика дали материјалните ресурси ќе се набљудуваат како појавен облик на обртните средства или ќе се согледуваат трошоците за нив, видно е дека станува збор за важна компонента во работењето на организацијата. Од аспект на ефикасноста на работењето, посебно за поефикасно користење на обртниот капитал, сигурно е дека залихите се непотребна категорија и би требало да се настојува тие да се намалуваат, теоретски гледано, да се укинат. Но, бидејќи постои



евидентна неусогласеност на релацијата продажба – производство – набавки, залихите ќе постојат. Со нивното управување треба да се настојува тие да бидат на т.н. оптимално ниво, односно на доволно ниво кое овозможува сигурност во смисла на континуитет на производството и не преголемо ангажирање на обртните средства.

Основни прашања на кои треба да се даде одговор при менаџирањето на залихите се:

- што е тоа што треба да се чува на залиха?
- колку треба да се нарача?
- кога треба да се нарача?
- како ќе се контролира нивото на залихите?

Второто и третото прашање се класичните прашања во менаџирањето со залихите, каде што второто прашање е во врска со количината, а третото е во врска со времето на нарачувањето. На оваа основа се разработени и моделите за управување со залихите. За да се провери дали е нарачана вистинската количина во вистинското време треба да се воспостави систем за контрола на залихите. Овој систем ќе дава ажурирани податоци, ќе го иницира нарачувањето, ќе дава податоци за нивото на залихите и сл. Сигурно е дека компјутерското водење евиденција е во предност во однос на рачното евидентирање преку посебни картички.

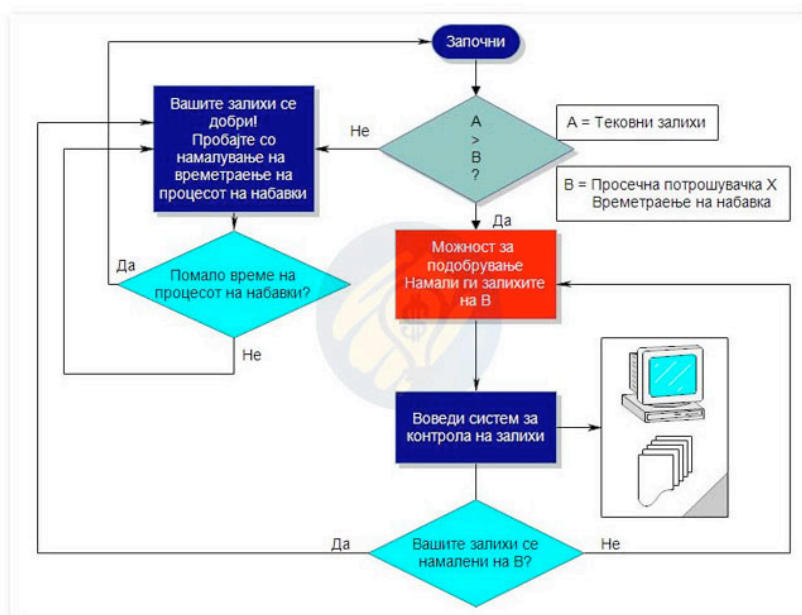
Значи залихите треба да бидат оптимални и да ги задоволат вистинските потреби на бизнис процесите. Ако залихите се преголеми се јавуваат финансиски трошоци. Ако залихите се премали се губат потрошувачи, бидејќи не можат да го купат оно што го сакаат како по асортиманот така и по количина, па се создава лош имиџ. Основно е дека тие треба да се држат помеѓу максимумот и минимумот, односно со залихите треба да се управува. Затоа се воведува еден термин кој се нарекува сигнално ниво на залихите. Кога залихите на стока ќе дојдат до тоа сигналното ниво, тогаш се започнува со процесот на набавка. Значи сигналното ниво претставува количина на залихи која ќе биде потребна да се овозможи непрекинатата работа на бизнисот во период додека трае процесот на набавки. Сигналното ниво на залихи зависи од просечната продажба доколку се работи за малопродажба или големопродажба и просечното производство доколку се работи за производствен бизнис од една страна и времетраење на процесот на набавка.

Две работи од кои зависи нивото на залихите се:

нормална (просечна) побарувачка на производите во определен временски период и времетраење на процесот на набавка на производите

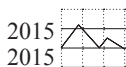
(време од нарачка до примање на нарачаните производи).

На дијаграмот е прикажан еден поедноставен систем за контрола и управување со залихите и континуирано подобрување на истиот.



Дијаграм 1. Тек за управување со залихи

Значи, доколку тековните залихи се поголеми од просечната потрошувачка во одреден временски период помножена со времетраење на процесот на нова набавка постои можност за подобрување на нивото на залихите. На пример, просечната дневна потрошувачка е 10 парчиња, а процесот на набавка трае 3 дена. Во една ваква состојба теоретски ќе мора да имаме 30 парчиња на залиха. Доколку имаме 50 значи дека имаме 20 парчиња повеќе што претставува можност за подобрување. Ова подобрување се изведува преку воведување на систем за контрола на залихите и намалување на истите на просечната потрошувачка во одреден временски период помножена со времетраење на процесот на нова набавка. Како што се забележува, на нивото на залихи влијае и времетраењето на процесот на нарачката. Овој временски период од нарачката до пристигнување на стоката зависи од видот на бизнисот и од снабдувачите. Откако ќе се намали нивото на залихите се преминува



на процесот на намалување на времетраењето на нарачките. За потоа повторно да се започне со истиот циклус.

Методи и техники за управување на залихите

Може да се користат повеќе методи и техники за управување на залихите. Но основата е во квалитетен систем на следење на залихите кој може да биде:

- со паметење;
- со картички (на хартија);
- компјутерски.

Првиот начин може да се користи доколку претприемачот е искусен во работењето, а асортиманот не е голем, па во секој момент знае во која состојба се наоѓаат залихите. Овој начин на работење најмалку е препорачлив, бидејќи напорот кој треба да се вложи за другите начини на евиденција е далеку помал, а добиените резултати се значително поголеми. Со ваков начин на евидентирање се можни чести и големи грешки, а воедно се оневозможува правење на дополнителна анализа со која ќе се утврди временскиот период во кој одредена стока имала зголемено или намалено побарување. Во пракса постојат примери на претприемачи кои на овој начин беспрекорно функционираат, но ние сепак не би го препорачале овој начин на работењето, освен во екстремни ситуации кога треба брзо да се реагира на некоја евтина понуда или во некој друг момент.

Евидентирање со картички е постар метод во однос на компјутерската евиденција. Овој метод се користи во случаи кога ентитетот нема компјутер на располагање или доколку персоналот не е обучен за работење со компјутери. Овој систем функционира на таков начин што за секој тип на производ постои картон со кој се води евиденција за сите влезни и излезни количини (набавената количина, продадената количина или пак издадена како репроматеријал доколку се работи за производно претпријатие), како и салдо (разлика помеѓу вкупните влезови и излези) кое треба да биде идентично со бројот на единиците производ кои реално постојат. Овој систем е многу подобар од претходниот, но може и да биде компликуван со поголем број на артикли.

Компјутерското следење на залихите се врши на соодветен начин со шифрирање на сите артикли и евиденција на сите набавки, продаденото количество и количеството на залихите. Можно е автоматско печатење на листи на сите артикли, на сигнално ниво и започнување на нивна набавка. На овој начин се отвора можност за комплетна евиденција од потребната залиха, од побарувачката што била во претходниот период и уште



голем број на другите анализи. Со шифрирањето во секој момент може да се види каква е состојбата на залихите, како и лесно да се пронајдат потребните залихи во магацинот. Овде задолжително треба да се обезбеди континуирана заштита (back up) на податоците.

Добра комбинација на следење на залихите е паралелно користење на компјутерското и хартиеното следење за да се избегнат проблеми или прекин во следењето во случај на расипување на компјутерот или немање на електрична енергија, но тоа би било скап метод кој бара ангажирање на дополнителни човечки и материјални ресурси.

Управувањето со залихите сè повеќе ќе се усложнува, особено поради фактот што:

- сè повеќе бизниси ќе воведат онлајн продажба;
- векот на траење на производот ќе биде сè пократок;
- потрошувачите многу бргу ги менуваат сопствените потреби.

Затоа, како најдобра алтернатива се наметнува воведување на систем на just in time систем на менаџирање залихи, со што ќе се минимизираат трошоците, а со тоа ќе се максимизира профитот на организацијата.

Ревидирање на залихи

Кога залихите се материјални за финансиските извештаи, ревизорот треба да прибави достатни и соодветни ревизорски докази во врска со нивното постоење и состојба преку:

Присуствување на физичкиот попис на залихите, освен доколку е неизводливо, за да:

- ги оцени инструкциите и постапките на раководството за евидентирање и контролирање на резултатите од пописот на претпријатието;
- го набљудува извршувањето на постапките на раководството за спроведување на пописот;
- изврши инспекција на залихите;
- изврши тест броења.

Извршување ревизорски постапки на евиденцијата на заклучните залихи за да утврди дека тие точно ги одразуваат фактичките резултати од пописот.

Доколку пописот се врши на датум различен од датумот на финансиските извештаи, ревизорот треба да изврши ревизорски постапки за да прибави достатен и соодветен ревизорски доказ, дали промените во залихите кои настанале помеѓу датумот на пописот и датумот на финансиските извештаи се соодветно евидентирани.

1. Доколку ревизорот не е во состојба да присуствува на физичкиот попис на залихите на планираниот датум поради непредвидени околности, ревизорот треба да направи или набљудува некои физички пописи на алтернативен датум и да изврши ревизорски постапки на трансакциите кои се случиле во меѓувреме.
2. Кога присуствувањето на пописот е неизводливо, ревизорот ќе изврши алтернативни постапки за да прибави достатни и соодветни ревизорски докази за постоењето и состојбата на залихите. Доколку тоа не е возможно, ревизорот ќе го модифицира мислењето во ревизорскиот извештај согласно со МСР 705.
3. Кога залихите под старателство и контрола на трета страна се материјални за финансиските извештаи, ревизорот треба да прибави достатни и соодветни ревизорски докази во врска со постоењето и состојбата на залихите со:
 - конфирмација од трета страна во однос на количествата и состојбата на залихите кои се чуваат во име на ентитетот,
 - спроведување на инспекција или други ревизорски постапки соодветни во дадените околности.



Дијаграм 2. Тек за потврдување на залихи под старателство и контрола на трета страна



Присуство на физичкиот попис на залихите

Раководството на ентитетот кај кој се врши ревизија, вообичаено, воспоставува постапки според коишто се прави физичкиот попис на залихите, најмалку еднаш годишно, за да служи како основа за подготвување на финансиските извештаи и да се провери веродостојноста на постојниот систем на залихи.

Присуствувањето на физичкиот попис на залихите вклучува:

- инспекција на залихите за да се потврди нивното постоење и оцени нивната состојба и извршување на тест броења;
- набљудување на усогласеноста со инструкциите од раководството и извршување на постапки за раководството за евидентирање и контролирање на резултатите од пописот;
- прибавување ревизорски доказ за веродостојноста на постапките за попис на раководството.

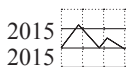
Овие постапки служат како тест на контроли или суштински постапки во зависност од проценката на ревизорот за ризикот, планираниот пристап и спроведените специфични постапки. Релевантни прашања при планирањето на присуството на физичкиот попис или при дизајнирање и извршување на ревизорски постапки ги вклучуваат:

- ризиците од материјално погрешно прикажување поврзани со залихите;
- природата на интерна контрола поврзана со залихите;
- дали се очекува да бидат воспоставени соодветни постапки и издадени правилни упатства за физичкиот попис на залихите;
- временскиот распоред на пописот;
- дали ентитетот одржува постојан систем на залихи;
- избор на локациите на коишто се чуваат залихите, вклучително и материјалноста на залихите и ризиците од материјално погрешно прикажување на различни локации, при одлучување на кои локации е потребно присуство на физички попис на подалечни локации;
- дали е потребна помош од експерт на ревизорот при прибавување на достатни и соодветни ревизорски докази.

Оцена на упатствата и постапките на раководството

Прашања релевантни при оцена на упатствата и постапките на раководството за евиденција и контрола на залихите вклучуваат дали истите ги покриваат:

- примената на соодветни контролни постапки, на пример, собирање на искористени пописни листи, евидентирање на неискористени пописни листи и постапки за броење и повторно броење;



- точно идентификување на фазата на довршеност на производството во тек, на ставките со спор обрт, застарените или оштетените ставки и на залихите во сопственост на трета страна, на пример, на консигнација;
- постапката користена за проценка на физичкото количество, како што е проценката на наслага на јаглен;
- контрола во врска со движењето на залихите помеѓу подрачјата и испораката и приемот на залихите пред и по датумот на временскиот пресек.

Набљудување на извршување на постапките за попис

Набљудувањето на извршување на постапките на раководството за извршување на пописот, на оние кои се однесуваат на контролата на движењето на залихите, пред, за време на и по пописот, му помагаат на ревизорот при прибавување на ревизорски доказ дека упатствата и постапките на раководството за попис се соодветно дизајнирани и имплементирани. Дополнително, ревизорот може да прибави копии од информации за временскиот пресек, вклучувајќи ги и деталите за движењето на залихите, за да му помогнат при вршење на ревизорски постапки, така што сметководството за ваквите движења ќе може да биде проверено на некој подоцнеж датум.

Присуството на физичкото попис на залихите му помага на ревизорот во утврдување на постоењето на залихите (но не и секогаш за сопственоста над истите) и во идентификување на застарени, оштетени, како и залихи со бавен обрт.

Квалитетна инспекција на залихите се постигнува преку:

- извршување на тест броења, на пример следење на ставки избрани од евиденцијата на раководството до физичките залихи и следење на избраните залихи до евиденцијата за броење, дава доказ за комплетноста и точноста на евиденцијата за броењата;
- обезбедување на копии од целосната евиденција од пописот на залихите на раководството, кои ќе му помогнат на ревизорот при вршење на последователни ревизорски постапки за да утврди дали евиденцијата на заклучните залихи на ентитетот точно ги одразуваат фактичките резултати од пописот на залихите.

Физички попис спроведен на друг датум различен од датумот на финансиските извештаи

Кага Договорот за ревизија е склучен подоцна од датумот на спроведување на пописот кај ентитетот на ревизија, за потврдување на



состојбата на залихите ревизорот може да побара спроведување на физички попис на залихите на датум различен од датумот на финансиските извештаи. Ова може да се случи без разлика дали раководството го утврдува количеството на залихи со годишен попис или одржува постојан систем на залихи. Во секој случај, ефикасноста на дизајнот, имплементацијата и одржувањето на контролата на промените во залихите, утврдуваат дали физичкиот попис на залихите на датум или датуми различни од датумот на финансиските извештаи се соодветни за целите на ревизијата. МСР 330 воспоставува барања и дава упатства за суштинските постапки извршени на меѓудатум.

Кога ентитетот одржува постојан систем на залихи, раководството може да спроведе попис или други тестови за да ја утврди веродостојноста на информациите за количината на залихи вклучени во постојаната евиденција за залихите. Во некои случаи, раководството или ревизорот може да идентификуваат разлики помеѓу постојаната евиденција на залихите и фактичката состојба на лице место. Ова може да биде индикација дека контролите на промената во залихите не функционираат ефикасно.

Релевантни прашања кои треба да се земат предвид при дизајнирање на ревизорските постапки кои имаат за цел да се прибават ревизорски докази за тоа дали промените во износот на залихите помеѓу датумот/ датумите на пописот и евиденцијата на заклучните залихи се соодветно евидентирани, вклучуваат:

- дали постојаната евиденција за залихите е правилно коригирана;
- веродостојноста на постојаната евиденција за залихите;
- причините за сите значајни разлики помеѓу пописот и постојаната евиденција за залихите.

Во некои случаи присуството на физичкиот попис е неизводливо. Ова може да биде поради фактори како што се природата и локацијата на залихите, на пример доколку залихите се чуваат на локации каде што постои закана за безбедноста на ревизорот. Меѓутоа, случаи на генерална непријатност за ревизорот не се достатни да ја поддржат одлуката на ревизорот дека присуството е неизводливо. Прашањата во врска со тешкотија, време и ресурси само по себе не е валидна основа за ревизорот да пропушти ревизорска постапка за која нема алтернатива или да биде задоволен со ревизорски доказ кој е помалку веродостоен.

Во случаи кога присуствувањето е неизводливо, алтернативни ревизорски постапки, на пример, документацијата за последователната продажба на конкретни ставки на залихи коишто се стекнати или купени пред пописот на залихите може да обезбеди достатни и соодветни ревизорски докази, за постоењето и состојбата на залихите.



Меѓутоа, во други случаи, со користење на алтернативни ревизорски постапки, може да не е изводливо да се прибави достатен и соодветен ревизорски доказ во врска со постоењето и состојбата на залихите. Во вакви случаи, ревизорот треба да го модифицира мислењето во ревизорскиот извештај како резултат на ограничување на делокругот.

Залихи под старателство и контрола на трета страна

Кога ентитетот на ревизија располага со залихи кои се под старателство и контрола на трета страна, тогаш ревизорот испраќа екстерна конфирмација до третата страна. Кога прибавените информации може да доведат до сомневање во интегритетот и објективноста на третите странки, ревизорот може да смета дека е соодветно да изврши други ревизорски постапки наместо или како дополнување на конфирмацијата од трети странки. Примери на други ревизорски постапки вклучуваат:

- набљудување или организирање друг ревизор да го набљудува, физичкиот попис на залихите;
- добивање на извештај од друг ревизор или ревизорски извештај за услуга за соодветноста на интерната контрола на третата страна за да се осигура дека залихите се точно изброени и соодветно заштитени;
- инспекција на документација во врска со залихите кои ги чуваат трети странки;
- добивање на конфирмација од други странки кога ваквите залихи се заложени како колатерал.

Заклучок

Залихите претставуваат количина на стоки, материјали, полупроизводи и готови производи, кои организацијата ги има во својот магацин. Но, зошто се потребни залихите? Дали се потребни залихите? Дали залихите обезбедуваат поефикасно и поефективно работење на бизнисот? Дали залихите претставуваат сигурност на бизнисот? Какво влијание имаат залихите врз финансиите на бизнисот? Тоа се прашања за кои менаџментот мора да ги знае одговорите. Залихите претставуваат нешто без што не се може, но од друга страна постојат голем број факти кои велат дека залихите може да се менаџираат и од тоа бизнисот ќе има поголема корист.

Добрата евиденција и доброто менаџирање на залихите ја олеснуваат работата на ревизорот при спроведување на ревизорските тестови и постапки за потврдување на информациите за состојбата на залихите презентирани во финансиските извештаи.



Литература

- [1]. Ангелова Б., 2001, *Систем на сметководствено планирање на трошоците и финансискиот резултат во претпријатијата*, Скопје (учебник)
- [2]. A. Ansari and B. Modarres, 1990, *Just –In – Time Purchasing*, The Free Press, New York - (book)
- [3]. Anthony A. Atkinson, 1995, *Management accounting*, PRENTICE HALL, Englewood Cliffs, New Jersey - (book)
- [4]. Anthony J. Kambino, 1980, *The Make–or–Buy–Decision*, New York: Institute of Management Accountants - (book)
- [5]. Ацески Б, Трајкоски Б, 2004, *Интерна и екстерна ревизија*, Економски факултет – Прилеп (учебник)
- [6]. Ацески Б, 1997, *Сметководствен менаџмент*, Економски факултет – Прилеп (учебник)
- [7]. Димитрова Ј, 2013, *Ревизија – теоретски и практични аспекти*, Универзитет „Гоце Делчев“, Економски факултет - Штип (учебник)

ЕКОНОМСКА АНАЛИЗА НА ДИРЕКТНИТЕ ЕФЕКТИ НА ИНДУСТРИЈАТА ЗА ОСНОВНИ МЕТАЛИ ВО МАКЕДОНСКАТА ЕКОНОМИЈА

д-р Дарко Лазаров¹
д-р Митко Кочовски²

Краток извадок

Научната и стручната јавност сè понагласено го истакнуваат фактот дека развојната динамика на секоја национална економија во голема мера почива на воспоставувањето на поефикасен индустриски систем во вкупните општествени репродукциски текови (оттаму и силно нагласените настојувања за реиндустријализација на светската економија), со оглед на фактот што техничкиот прогрес со најголеми економски ефекти се материјализира токму во рамките на индустријата. Во тој контекст, идентификувањето и квантифицирањето на улогата и важноста на секоја индустрија за националната економија е од исклучителна важност во процесот на дизајнирање на индустриските политики на земјата. Основна фундаментална цел на овој труд е квантитативна и научно базирана проценка на индустријата за основни метали и нејзината улога и важност за македонската економија преку примена на економска импакт медологија базирана на инпут – аутпут модел и пристапот на проучување на економските индикатори и финансиски показатели за перформансите на индустријата. Таквата економска проценка и анализа подразбира проучување на директните ефекти (придонес во креирањето на БДП, извозот, вработеноста, даноците и корпоративно - општествената одговорност) и мултипликативните ефекти (индиректни преку синџирот на добавувачи и индуцирани преку ефектот на потрошувачка) што индустријата ги генерира во спроведување на репродукциските процеси во рамките на националната економијата.

Клучни зборови: *економска импакт анализа, инпут-аутпут модел, директни и мултипликативни ефекти, индустрија за основни метали.*

1) Универзитет „Гоце Делчев“, Штип darko.lazarov@ugd.edu.mk

2) Макстил а.д. Скопје mitko.kocovski@makstil.com.mk



ECONOMIC ANALYSIS OF DIRECT EFFECTS OF STEEL INDUSTRY FOR MACEDONIAN ECONOMY

PhD Darko Lazarov³

PhD Mitko, Kocovski⁴

Abstract

Scientific and professional public obviously highlight the fact that the development dynamics of each national economy is largely based on more efficient industrial system (hence strongly highlighted efforts for reindustrialization of the world economy), given the fact that the technical progress largest economic effects materialize in the framework of the industry. In this context, identifying and quantifying the role and importance of each industry to the national economy is of paramount importance in the process of designing national industrial policies. The main aim of this paper is quantitative and scientifically based assessment of basic metal industry and its role and importance for the Macedonian economy through the application of economic impact methodology based on input - output model and analysis of economic of financial indicators that measure the industry performance. Such economic assessment and analysis involves studying the direct effects (contribution to GDP, exports, employment, taxes and corporate - social responsibility) and multiplicative effects (indirect through the chain of suppliers and induced by the effect of consumption) that the industry generates in the national economy by the reproduction processes.

Key words: *Economic impact analysis, input-output model, direct and multiplicative effects, steel industry.*

Вовед

Научната и стручната јавност сè понагласено го истакнуваат фактот дека развојната динамика на секоја национална економија во голема мера почива на воспоставувањето на поефикасен индустриски систем во вкупните општествени репродукциски текови (оттаму и силно нагласените настојувања за реиндустријализација на светската економија), со оглед на фактот што техничкиот прогрес со најголеми економски ефекти се материјализира токму во рамките на индустријата. Во тој контекст,

3) Goce Delcev University, Stip, Macedonia darko.lazarov@ugd.edu.mk

4) Makstil a.d Skopje mitko.kocovski@makstil.com.mk



идентификувањето и квантифицирањето на улогата и важноста на секоја индустрија за националната економија е од исклучителна важност во процесот на дизајнирање на индустриските политики на земјата.

Основна фундаментална цел на овој труд е квантитативна и научно базирана проценка на индустријата за основни метали и нејзината улога и важност за македонската економија преку примена на економска импакт методологија базирана на инпут – аутпут модел и пристапот на проучување на економските индикатори и финансиски показатели за перформансите на индустријата. Таквата економска проценка и анализа подразбира проучување на директните ефекти (придонес во креирањето на БДП, извозот, вработеноста, даноците и корпоративно-општествената одговорност) и мултипликативните ефекти (индиректни преку синџирот на добавувачи и индуцирани преку ефектот на потрошувачка) што индустријата ги генерира во спроведување на репродукциските процеси во рамките на националната економијата.

Економска импакт анализа на индустријата за основни метали во Република Македонија

Основна цел на економската импакт анализа како што погоре беше посочено е квантифицирање на влијанието и потврдувањето на економската важност што индустријата за основни метали ја има за националната економија. Кога станува збор за квантификација на важноста и влијанието на оваа индустрија се мисли на директниот импакт што компаниите преку аутпутот, креирањето на работни места, извозот, даноците и општествено одговорното однесување го имплицираат во економијата, но уште повеќе се мисли на мултипликативните ефекти што овие компании ги создаваат со своето работење преку поттикнување и на други компании како снабдувачи на индустријата и потрошувачките ефекти што индустријата ги создава преку платите на вработените во индустријата и платите на вработените во компаниите добавувачи на индустријата.

Индустријата за основни метали како една од носечките индустрии во Република Македонија одиграла значајна улога за македонската економија гледано низ историска перспектива. Нејзиното значење денес, и покрај евидентните структурни промени во економијата кои се случија во изминатиот период, сè уште не е намалено, со оглед дека оваа индустрија генерира значаен дел од вкупниот аутпут во економијата и сè уште има доминантна улога во вкупниот извоз на земјата.

Значи првостепена задача на извршената економска импакт анализа е квантифицирање на директниот импакт што индустријата за основни метали го генерира за националната економија. За таа цел во анализата



и пресметката на директниот импакт се користени сет на показатели кои претставуваат еден вид на апроксимација за пресметка на влијанието на оваа индустријата преку директните канали. Пресметките за економската импакт анализа се базирани на 2007 и 2014 година како репрезентативни години, при што 2007 година е земена како една од најдобрите години кога компаниите во оваа индустрија имаат забележано најдобри економски и финансиски резултати, а 2014 година е земена како тековно споредбена година со цел да се анализираат состојбите во индустријата и нејзиниот импакт во економијата.

Во продолжение е презентирана листа на показатели кои се користени во студијата:

- Вкупниот аутпут што индустријата за основни метали го произведува.
- Вредноста на бруто додадената вредност и нејзиниото релативно учество во преработувачката индустрија и уште повеќе придонесот на индустријата за основни метали во БДП и вкупниот национален извоз на земјата.
- Бројот на вработените што компаниите во индустријата го креираат и нејзиното релативно учество во однос на вкупниот број на вработени во преработувачката индустрија.
- Даноците и другите јавни давачки што компаниите во индустријата за основни метали ги плаќа кон државата во форма на данок на додадена вредност, данок на добивка, персонален данок на доход на сопствениците на капиталот и вработените, како и социјално, пензиско и инвалидско осигурување што компаниите го плаќаат на пензиските и социјалните фондови, агенцијата за вработување и другите институции.
- Корпоративно-општествената одговорност на компаниите во оваа индустрија и нејзиниот придонес кон општествената и социјалната благосостојба во земјата преку најразлични донации, финансиска поддршка на спорски клубови, организирање и поддршка на различни културни, научни и други јавни манифестации од посебен општествен интерес, стипендирање на ученици и студенти и други форми на општествено одговорно делување.

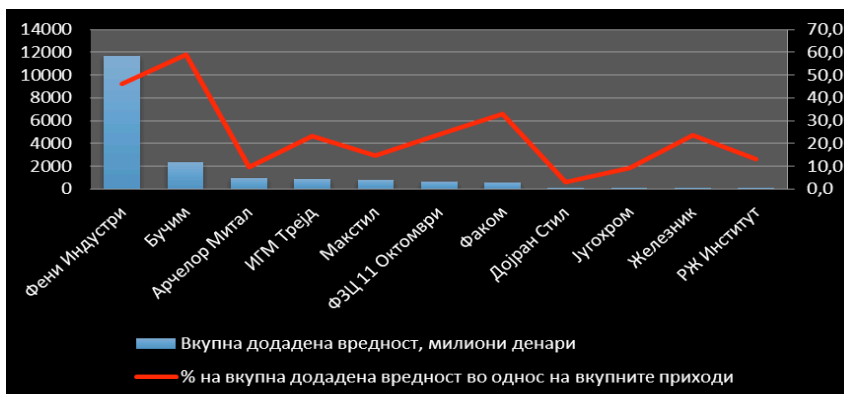
Вкупниот бруто аутпут претставува прв индикатор преку кој може да биде извршена апроксимација на перформансите на индустријата за основни метали и уште повеќе да го естимира нејзиниот импакт за националната економија. *Вкупниот аутпут* на компаниите кои се дел од оваа студија, како субјекти кои имаат најголемо и доминантна улога во индустријата за основни метали во Република Македонија има вредност

61.909 милиони денари и 38.983 милиони денари, во 2007 и 2014 година, респективно. Сепак, треба да се биде внимателен во интерпретацијата на овој индикатор, бидејќи тој ги вклучува во пресметката интермедијарните добра, па поради тоа ги прикажува бруто ефектите. За појаснување, според методологијата за пресметка на БДП,⁵ бруто вредноста на производството се намалува за вредноста на меѓуфазното производство (вредноста на интермедијарните инпути) и се зголемува за даноците на производство. Во спротивно ќе се јави проблем на двојно калкулирање кое се разбира ќе понуди погрешна слика т.е. поголем придонес на индустријата во креирање на БДП на земјата од нејзиното реално учество. Поради тоа во квантифицирањето на директниот импакт на индустријата за основни метали во БДП на македонската економија ја користиме бруто додадената вредност како најсинтетички показател кој ги мери нето ефектите, наместо бруто вредноста на производството (вредноста на вкупниот аутпут) што погоре беше интерпретирано.

Вкупната бруто додадена вредност како збир од *факторскиот доход на трудот* (платите на работниците), *доходот на капиталот* (амортизацијата и добивката на компанијата) и *индиректните даноци* (ДДВ и царинските давачки) претставува најсинтетички показател преку кој може да се измери придонесот на индустријата за основни метали во националната економија, со оглед на фактот што оваа вредност го покажува нето ефектот и вистинскиот реален придонес на индустријата во креирање на БДП на земјата.

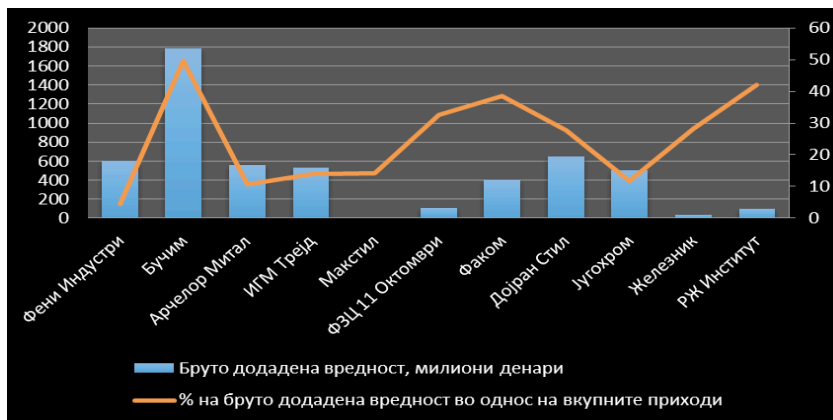
Во продолжение е презентацијата на вредноста на вкупната бруто додадена вредност што секоја компанија ја создава, процентуалното учеството на вкупната додадена вредност во вкупните приходи на компаниите и генерален приказ на вкупната додадена вредност што сите компании земени во студијата во 2007 и 2014 година, респективно.

5) Бруто-домашниот производ (БДП) е финален производ на производната активност на резидентните единици и е збир на бруто-додадената вредност од одделните институционални сектори плус данокот на додадена вредност и царините намален за вредноста на субвенциите на производите. Бруто-вредност на производството претставува вредност на произведените стоки и извршените услуги во текот на една година, независно дали се тие продадени во целост или дел од нив е ставен на залихи. Меѓуфазната потрошувачка претставува вредност на производите и пазарните услуги што ги употребува производителот како инпути во процесот на производство, исклучувајќи ја потрошувачката на фиксен капитал, т.е. амортизацијата, со цел да се произведат други производи и услуги.



Слика 1. Вкупна бруто додадена вредност, 2007 година

Како што може да се забележи, најголема вкупна додадена вредност во 2007 година има реализирано Фени индустри со извонредни 11.668 милиони денари (што во одредена мера се должи на значително зголемената цена на фероникелот на светските берзи), а најмала бруто додадена вредност РЖ Институт од 40 милиони денари. Воопшто не е за запоставување перформансот на Бучим, Арчело Митал, Макстил, и ИГМ трејд мерен преку создадената бруто додадена вредност во 2007 година.



Слика 2. Вкупна бруто додадена вредност, 2014 година



За разлика од 2007 година, анализата на бруто додадената вредност на компаниите во рамките на индустријата за основни метали за 2014 година покажуваат дека најголема бруто додадена вредност има генерирано Бучим а.д. Радовиш со 1.787 милиони денари, а најмала бруто додадена вредност Железник а.д. Демир Хисар од 33 милиони денари. Она што може да се констатира е значителен пад на бруто додадената вредност кај речиси сите компании, што де факто води до констатацијата дека индустријата за основни метали се соочува со значајни проблеми во изминатиот период.

Релативното директно учество на вкупната додадена вредност (се пресметува како збир на платите на вработените, бруто добивката, амортизацијата и индиректните даноци или како разлика помеѓу бруто вредноста на производите и меѓуфазната потрошувачка изнесува 18.413 и 6.095 милиони денари во 2007 и 2014 година, респективно) на индустријата за основни метали во БДП на земјата (пазарната вредност на финалните добра и услуги што економијата ги произведува во период од една година – во оваа категорија се пресметуваат само финалните, а не и интермедијарните добра⁶), изнесува 5.73% и 1.36% во 2007 и 2014 година респективно.⁷ Анализата покажува дека значително негативниот тренд на намалување на бруто додадената вредност на индустријата за основни метали, а врз основа на тоа и значително намалување на нејзиното релативно учество и придонес во БДП на земјата се должи на значителното намалување на бруто додадена вредност на Фени индустри, Бучим, Арцелор Митал и Макстил поради падот на цените на феролегурите и на побарувачката на валаните челични производи како резултат на негативните консеквенци од светската економска криза кои сè уште се присутни на глобалната економска сцена.

Ова процентуално учество во националната економија на прв поглед остава впечаток дека не е многу големо, но ако се земе предвид фактот дека станува збор за една индустрија во рамките на секторот рударство, преработувачката индустрија и енергетскиот сектор (како што ја следи националната статистика) чие релативно просечно учество во вкупниот

6) Податоците кои се користени во рамките на нашата анализа за учеството на индустријата за основни метали во БДП на РМ и вкупната индустрија се земени врз основа на пресметките според производниот метод како разлика помеѓу вкупната бруто вредност на производство и меѓуфазно производство, без притоа да се земат предвид нето даноците на производи и износот на субвенциите. Овие пресметки се базирани од официјално објавени податоци на Државниот завод за статистика на Република Македонија.

7) Земен е во анализата периодот до 2012 година поради недостиг на официјална статистика за одредени категории на економски показатели.



БДП на Република Македонија во 2007 година изнесува околу 17% и дополнително дека во креирањето на БДП во Република Македонија учествуваат над 70 илјади компании.

Табела 1

Компанија (2007 година)	Бруто додадена вредност, милиони денари	Вкупна бруто додадена вредност, во мил. денари	Релативно процентуално учество, %
Макстил	790	321378	0.25
Факом	594	321378	0.18
ИГМ Трејд	898	321378	0.28
ФЗЦ 11 Октомври	664	321378	0.21
Фени индустри	11668	321378	3.63
Бучим	2330	321378	0.73
Скопски легури	/	321378	/
Железник	42	321378	0.01
РЖ Институт	40	321378	0.01
МЗТ Леарница	319	321378	0.10
Дојран стил	95	321378	0.03
Југохром	34	321378	0.01
Арчелор митал	939	321378	0.29
ВКУПНО	18.413	321.378	5.73%

Уште повеќе ако се анализира придонесот што индустријата за основни метали го има во креирањето на БДП и во целиот изминат период, тогаш перцепцијата и констатацијата за важноста и улогата на оваа индустрија за македонската економија (констатација која неколку пати во оваа студија беше потенцирана) недвосмислено се потврдува.

Табела 2

Компанија (2014 година)	Бруто додадена вредност, милиони денари	Вкупна бруто додадена вредност, во мил. денари	Релативно процентуално учество, %
Макстил	659	449223	0.15
Факом	409	449223	0.09
ИГМ Трејд	532	449223	0.12
ФЗЦ 11 Октомври	111	449223	0.02



Фени индустри	603	449223	0.13
Бучим	1787	449223	0.40
Скопски легури	/	449223	/
Железник	33	449223	0.01
РЖ Институт	99	449223	0.02
МЗТ Леарница	213	449223	0.05
Дојран стил	590	449223	0.13
Југохром	503	449223	0.11
Арчелор митал	556	449223	0.12
ВКУПНО	6.095	449.223	1.36%

Она што претставува пореална основа за компарација и проценка на директниот импакт на индустријата за основни метали во националната економија е релативното учество на вкупната додадена вредност на индустрија за основни метали во додадената вредноста на преработувачката индустрија, рударството и енергетскиот сектор заедно (како што се обработени во секторските пресметки на БДП од страна на националната статистика), заради фактот што како резултат на структурните промени во македонската економија и евидентниот процес на деиндустријализација беше забележано значително намалување на учество на индустријата во структурата на економијата за сметка на услужниот сектор.

Резултатите кои се прикажани подолу во табелата покажуваат дека вредноста на бруто додадената вредност креирана од страна на компаниите во рамките на индустријата за основни метали кои се дел од оваа студија во 2007 година изнесува 18.904 милиони денари, што во релативен износ е повеќе од една третина (32.96%) од секторот рударство, преработувачката индустрија и енергетскиот сектор заедно.

И покрај тешкотиите со кои се соочува оваа индустрија во последните неколку години, што како резултат беше забележан негативен тренд на намалување на бруто додадената вредност од 18.413 милиони денари на 6.095 милиони денари во 2014 година (релативното учество на оваа индустрија во вкупната преработувачка индустрија, рударство и енергетскиот сектор од 33.54% во 2007 година на 7.56% во 2014 година, сепак индустрија за основни метали сè уште претставува базичен столб во структурата на македонската индустрија и важен двигател на македонската економија во целина. Се претпоставува дека овие негативни тенденции и тешкотии со кои се соочува моментално индустријата за основни метали се времени и се очекува дека во наредниот период како ќе се придвижува светската и посебно европската економија, така ќе се зголемува и побарувачката за



овие производи на странските пазари, со оглед на фактот што компаниите имаат инсталирано големи производни капацитети кои многу лесно можат повторно да бидат ставени во функција.

Табела 3

Компанија (2007 година)	Бруто додадена вредност, милиони денари	Преработувачка индустрија, рударство и енергетика, мил. денари	Релативно процентуално учество, %
Макстил	790	54.900	1.23
Факом	594	54.900	1.08
ИГМ трејд	898	54.900	1.64
ФЗЦ 11 Октомври	664	54.900	1.21
Фени индустри	11668	54.900	21.25
Бучим*	2330	54.900	4.24
Скопски легури	/	54.900	/
Железник	42	54.900	0.08
РЖ Институт	40	54.900	0.07
МЗТ Леарница	319	54.900	0.58
Дојран стил	95	54.900	0.17
Југохром*	34	54.900	0.06
Арчелор митал	939	54.900	1.71
ВКУПНО	18.413	54.900	33.54%

Компанија (2014 година)	Бруто додадена вредност, милиони денари	Преработувачка индустрија, рударство и енергетика, мил. денари	Релативно процентуално учество, %
Макстил	659	80593	0.82
Факом	409	80593	0.51
ИГМ Трејд	532	80593	0.66
ФЗЦ 11 Октомври	111	80593	0.14
Фени индустри	603	80593	0.75
Бучим	1787	80593	2.22
Скопски легури	/	80593	/
Железник	33	80593	0.04



РЖ Институт	99	80593	0.12
МЗТ Леарница	213	80593	0.26
Дојран стил	590	80593	0.73
Југохром	503	80593	0.62
Арчелор митал	556	80593	0.69
ВКУПНО	6.095	80.593	7.56%

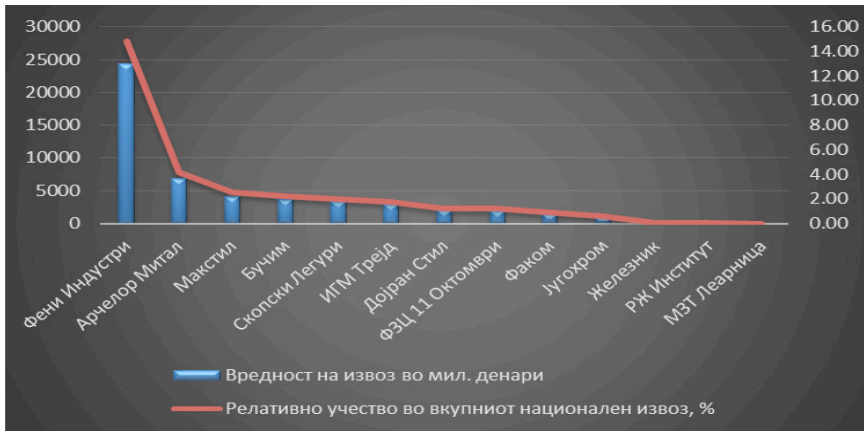
Релативното учество на извозот на индустријата за основни метали во вредноста на вкупниот извозот на земјата е значително поголемо компарирано со учеството на бруто додадената вредност на индустријата за основни метали во додадената вредност на преработувачката индустрија и БДП на земјата, што се должи на фактот дека оваа индустрија поголем дел од своето производство го пласира на странските пазари. Впрочем, податоците покажуваат дека вкупниот извоз на компаниите во студијата во 2007 година изнесува 51.905 милиони денари, што во релативен износ во однос на вкупниот извоз на земјата изнесува 31.55%. Ова само го потврдува приматот на индустријата за основни метали како базичен столб на македонската економија и уште повеќе како движечка сила на извозот на земјата. Подолу во табелата се презентирани извозот, релативното учество на секоја поединечна компанија и вкупниот извоз на целатата индустрија.

Табела 4. Вредност на извозот и релативното процентуално учество, 2007 год.

Компанија (2007 година)	Вкупен извоз, во милиони денари	Национален извоз, во милиони денари	Релативно процентуално учество, %
Макстил	4.147	164.507	2.52%
Факом	1.413	164.507	0.86%
ИГМ Трејд	2.900	164.507	1.76%
ФЗЦ 11 Октомври	1.938	164.507	1.18%
Фени индустри	24.320	164.507	14.79%
Бучим*	3.657	164.507	2.22%
Скопски легури	3.314	164.507	0.07%
Железник	115	164.507	0.07%
РЖ Институт	6	164.507	0.00%
МЗТ Леарница	326	164.507	0.20%



Дојран стил	2.034	164.507	1.24%
Југохром*	948	164.507	0.58%
Арчелор митал	6.784	164.507	4.15%
ВКУПНО	51.905	164.507	31.55%



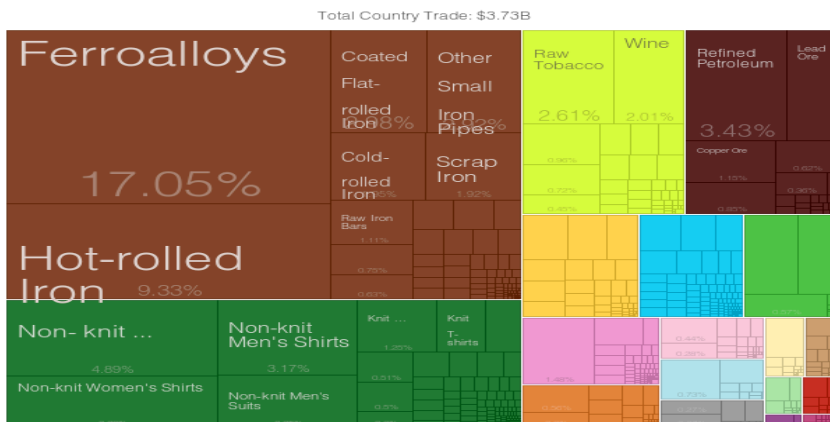
Слика 3.

Како што може да се забележи од погоре презентираниот графички приказ, најголема вредност и најголемо релативно учество во националниот извоз има Фени индустри, па следуваат Арцелор митал, Макстил, Бучим, Скопски легури, ИГМ Трејд, Дојран стил, ФЗЦ 11 Октомври, Факом и Југохром. Вредноста на извозот на Железник, РЖ Институт и МЗР Леарници во овој период е прилично мала, па и нејзиното релативно учество во националниот извоз е незначително.

Она што треба да се напомене е фактот што ако се земе предвид дополнителниот извоз генериран од останатите компании во индустријата⁸ кои не се земени во оваа студија и ако таквиот перформанс на извозот се спореди со извозот на добра без да се земат во калкулација извозот на услугите, процентуалното релативно учество на индустријата за основни метали во националниот извоз на земјата во 2007 година ќе биде повеќе од 40%.

8) Листа на компании од металопреработувачката индустрија кои не се дел од оваа студија се претставени во прилог 1.

За илустрација, подолу е визуализирана структурата на вкупниот извоз на добра на Република Македонија во 2007 година, каде што со кафеава боја е презентирани извозот на индустријата за основни метали.



За компарација со 2007 година, како една од подобрите години на индустријата за основни метали, ги презентира податоците за вредноста на извозот на компаниите и нивното поединечно релативно учество во националниот извоз во 2014 година, како една исклучително тешка година за оваа гранка поради намалената светска побарувачка што е резултат на сè уште присутните негативни ефекти од економската криза кога станува збор за економиите во ЕУ, како најзначајна комерцијална дестинација за производите на оваа индустрија.

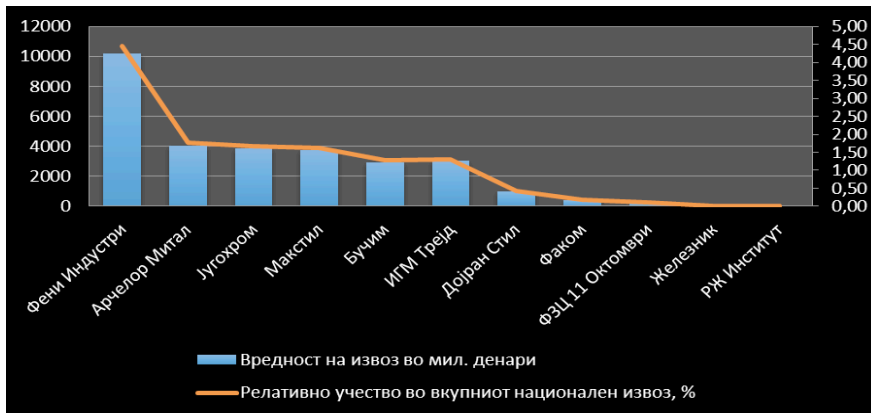
Табела 4. Вредност на извозот и релативното процентуално учество, 2014 год.

Компанија (2014 година)	Вкупен извоз, во милиони денари	Национален извоз, во милиони денари	Релативно процентуално учество, %
Макстил	3726	229123	1.63
Факом	412	229123	0.18
ИГМ Трејд	3015	229123	1.32
ФЗЦ 11 Октомври	228	229123	0.10
Фени индустри	10207	229123	4.45
Бучим	2945	229123	1.29
Скопски легури	/	229123	/

Железник	41	229123	0.02
РЖ Институт	2	229123	0.00
МЗТ Леарница	325	229123	0.14
Дојран стил	984	229123	0.43
Југохром	3855	229123	1.68
Арчелор митал	4026	229123	1.76
ВКУПНО	29.766	229.123	13%

Анализите покажуваат дека вредноста на извозот на индустријата за основни метали, а врз основа на тоа и релативното учество во вкупниот национален извоз значително е намалена заради причините кои се погоре елаборирани. Имено, во 2014 година вкупниот извоз на оваа индустрија изнесува 29.766 милиони денари, додека нејзиното релативно учество во вкупниот национален извоз е намалено од 31.5% на 13% во 2014 година.

Таквиот тренд на намалување на извозот во 2014 година компарирано со 2007 година се должи во најголема мера на значителното намалување на извозот на Фени индустри за речиси 14.000 милиони денари, но забележано е намалување на извозот кај најголем број компании.



Но, ако се има предвид дека 60% од инпутите и факторите на производство што индустријата за основни метали ги ангажира од домашните компании, тогаш може да се заклучи дека нето извозот на индустријата за основни метали е значителен за разлика од некои индустрии кои можеби имаат големо процентуално учество во националниот извоз, но во исто време мала вредноста на нето извоз поради големото процентуално учество на инпутите увезени од странство.



Она што треба да биде напоменато во овој сегмент од анализата за релативното учество на извозот е фактот што еден дел од производството на домашниот пазар директно преку препродажба од страна на трговци или индиректно преку мали доработки од страна на други компании завршува на странските пазари како извозни производи. Според тоа, ефектот врз извозот и мултипликативниот ефект што се создава преку компаниите кои имаат „forward” врски со субјектите во индустријата за основни метали е значително поголем од првично проценетиот. Сепак, овие ефекти што може да бидат продуцирани преку „forward” врски може да бидат дополнително зголемени со диверзификацијата на производството на земјата и користењето на производите на оваа индустрија како инпути во други сектори и индустрии во производство на производи со повисока додадена вредност.

13.4.4. Третиот значаен директен импакт што индустријата за основни метали го генерира во економијата по импактот мерен преку бруто додадената вредност и нејзиниот придонес во креирањето на БДП и импактот на компаниите во рамките на индустријата гледано низ призмата на нивната контрибуцијата во создавање на националниот извоз се однесува на работните места што компаниите во рамките на индустријата за основни метали ги креираат во економијата.

Имено, во 2007 година компаниите опфатени со студијата имаат вкупно 6.642 вработени, додека во 2014 бројот на работени изнесува 6.393 (во структурата и профилот на овие работници доминираат квалификувани и работници со завршено средно стручно образование), што значи генерално има благ и незначителен тренд на намалување кој изнесува нешто помалку од 1%. Дополнително, ако се погледне внатре во рамките на компаниите, динамиката на бројот на вработени во овие две години кај некои компании бележи намалување, а кај некои други значително зголемување. Но, она што претставува генерална констатација е дека и покрај фактот што оваа индустрија е капитално интензивна и во производствениот процес не бара ангажирање на голем број работници, сепак бројот на вработени што индустријата за основни метали ја генерира во економијата (вклучувајќи ги овде и бројот на работниците во оваа индустрија кои не се земени предвид во оваа студија) и дополнително фактот што просечната плата на вработените во оваа индустрија е повисока од просечната плата во преработувачката индустријата, укажува дека директниот импакт на оваа индустрија анализирано низ призмата на вработеноста и платите не е воопшто мал.

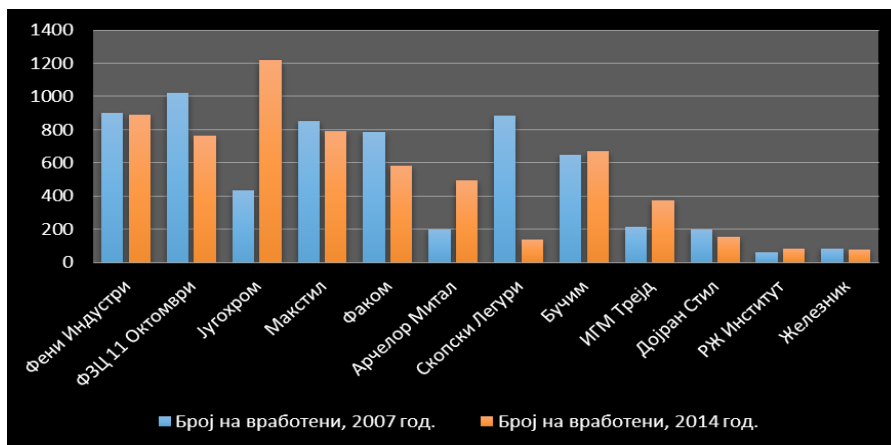


Во табелата подолу е презентирани официјалниот број на вработени поединечно во секоја компанија во рамките на студијата за периодот 2007 и 2014 година.

Табела 5

Компанија	Број на вработени (2007 година)	Број на вработени (2014 година)
Фени индустри	899	889
Арчелор митал	196	493
Југохром*	434	1219
Факом	786	581
Макстил	852	790
Дојран стил	197	154
ФЗЦ 11 Октомври	1024	763
ИГМ Трејд	214	374
МЗТ Леарница	365	165
РЖ Институт	62	83
Железник	81	76
Скопски легури	882	138
Бучим*	650	668
ВКУПНО	6642	6393

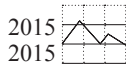
Најголем број работни места во 2007 година генерирал ФЗЦ 11 Октомври од вкупно 1.024 вработени, Фени индустри со вкупен број на вработени од 899, Скопски легури вработувал 882, додека во истиот период вкупниот број на Макстил изнесувал 852 вработени. Како што погоре беше напоменато, во 2014 година се забележани одредени интеркомпаниски промени во бројот на вработените (кај некои компании е забележан тренд на намалување, а кај некои тренд на зголемување на бројот на ангажирани работници) поради различни причини и состојби со кои поединечните компании се соочуваа во анализираниот период.



Ако се анализира просечната плата во посечениот период ќе се забележи дека просечната плата што компаниите во индустријата за основни метали ја исплаќаат е поголема од просечната плата во преработувачката индустрија. Имено, во 2007 година просечниот број на вработени според пресметаните работни часови ангажирани во компаниите што се дел од студијата како што беше наведено изнесува 6.277 работници во однос на вкупниот број на вработени во целата преработувачка индустрија кој во истиот период изнесува 184.928 работници (или во релативен износ приближно 3.5%) и просечната месечна нето плата во металургијата која изнесува околу 17.000 денари (некои компании, како што се Макстил и Фени индустри, имаат значително поголеми просечни нето плати во тој период) е поголема компарирани со просечната месечна плата во целата преработувачка индустрија која изнесува околу 15.000 денари.

13.4.5. Не треба да се занемари *буџетската компонента* кога станува збор за анализа на директните ефекти и импакт на индустријата за основни метали за македонската економија. Позитивниот импакт што компаниите го генерираат во националната економија може да се анализира и преку даноците (*директни и индиректни*), придонесите за *социјално и пензиско осигурување, царините и другите поврзани давачки, данокот на имот, бизнис давачките за дозволи, лиценци и сл.*

Во продолжение се презентирани буџетските ефекти од работењето на поединечните компании во рамките на индустријата за основни метали преку даноците и другите јавни давачки што компаниите ги плаќаат спрема државата или државни институции во различна форма (данок на добивка, социјално и пензиско осигурување врз основа на вработени, бизнис такси,



царини и други јавни давачки, персонален данок на доход на вработените).

Компаниите во рамките на индустријата за основни метали во форма на персонален данок на доход, корпоративен данок на добивка има исплатено кон државата вкупно 2.060 милиони денари и 730 милиони денари во 2007 и 2014 година, респективно. Дополнително во форма на придонеси за социјално и пензиско осигурување, придонеси за бенифициран стаж и други чланарини кон државните институции и фондови има исплатено 373 милиони денари и 609 милиони денари во 2007 и 2014 година, респективно.

Во релативен однос, даноци, придонесите и јавните давачки што компаниите по различни основи ги плаќаат кон државата во однос со вкупните даночни приходи и придонеси на државата изнесуваат 2.48% и 1% во 2007 и 2014 година, респективно. Ова претставува еден доказ во насока на констатацијата дека индустријата за основни метали претставува еден од генераторите на даночните приходи и приходите врз основа на придонеси во буџетот, па во тој контекст државата треба да има проактивна улога преку активни мерки во насока на поддршка и поттикнување на индустријата за основни метали.

Табела 6

Компанија	Даноци и јавни давачки, денари (2007 година)	Релативен буџетски придонес, %	Даноци и јавни давачки, денари (2014 година)	Релативен буџетски придонес, %
Фени индустри	220.001.980	0.22	61.147.381	0.05
Арчелор митал	1.390.463.414	1.42	181.847.715	0.14
Југохром	126.226.510*	0.13	407.274.992	0.3
Факом	77.217.374	0.08	97.284.069	0.07
Макстил	188.850.097	0.19	108.033.881	0.08
Дојран Стил	106.654.286	0.11	55.997.497	0.04
ФЗЦ 11 Октомври	15.524.700	0.01	4.804.484	0.00
ИГМ Трејд	62.888.547	0.06	38.698.991	0.03
МЗТ Леарница	35.301.083	0.04	17.976.389	0.01
РЖ Институт	24.277.209	0.03	9.241.908	0.01
Железник	3.723.200	0.03	5.883.655	0.00
Скопски легури	/	/	/	/
Бучим	308.347.974*	0.32	350.654.076	0.26
ВКУПНО	2.433.249.864	2.48%	1.338.845.038	1%



Не помалку важни се буџетските ефекти кои компаниите во индустријата за основни метали ги генерираат индиректно преку својот синџир на снабдувачи и преку индуцираните ефекти на потрошувачката. Имено, компаниите кои генерираат вработени, приходи и профит преку економските активности кои ги објавуваат во кооперационските бизнис односи со компаниите од индустријата за основни метали и, се разбира, преку потрошувачкиот ефект што се генерира преку работниците вработени во компаниите и оние во компаниите снабдувачи се создаваат дополнителни буџетски ефекти за државата.

Она што, исто така, треба да биде земено предвид при анализа на директниот економски импакт на индустријата за основни метали во рамките на националната економија е *позитивните екстерналии* што компаниите во оваа индустрија ги создаваат во економијата преку *придонесот во платниот биланс на земјата, општествено - корпоративната одговорност, екологијата и инвестициите направени со цел заштита на животната средина, социјалната димензија за собирачите на старо железо и други позитивни ефекти.*

Само за илустрација на констатацијата поврзана со корпоративно општествената одговорност како значаен белег со кој се карактеризираат поголем број од компаниите во индустријата за основни метали е фактот што во целиот изминат период овие компании учествуваат преку посредна или непосредна финансиска и друг тип на поддршка во реализирање на огромен број проект од општествен интерес, како што се финансирањето на спортски клубови и спортски настани, финансирањето на различни културни и општествено значајни манифестации, стипендии, инвестиции во подобрување на животната средина, подобрување на животот на граѓаните, финансиска поддршка во реализација на проекти на локалните самоуправи, проекти од национален интерес и сл.

Во продолжение се презентирани податоци од компаниите за реализираните проекти од општествен интерес.

Компанија	Корпоративно општествена одговорност (2007 год.)	Корпоративно општествена одговорност (2014 год.)
Фени индустри	17.144.555	18.180.301
Југохром	/	2.318.316
Факом	9.005.000	13.293.000
Макстил	15.000.000	14.000.000
Дојран стил	2.472.232	2.455.191
ФЗЦ 11 Октомври	260.000	55.000



ИГМ Трејд	1.250.000	150.000
Бучим	19.967.575	21.652.513
ВКУПНО	64.500.000	71.600.000

Како што може да видиме од презентираната табела погоре, компаниите Фени индустри, Макстил, Факом и Дојран стил имаат издвоено најголема вредност на средства за финансирање на проекти од општествен интерес (финансирање на спортски клубови и настани, културни, спортски и научни манифестации и собири од национално значење, издавачки потфати, различен тип на донации во инфраструктурни зафати, проекти за заштита и подобрување на животната средина, стипендии, обуки и стручни усовршувања и сл.). Но, она што е поважно е фактот што заедно сите компании во рамките на индустријата за основни метали имаат финансирано голем број проекти чијашто вредност изнесува 63.5 милиони денари и 71 милиони денари во 2007 и 2014 година, респективно. Ова ги вбројува овие компании во групата на компании со најголема корпоративна општествена одговорност во Република Македонија, што се потврдува со големиот број на признанија, награди и сертификати добиени за нивната грижа кон општеството и граѓаните на Република Македонија.

Заклучок

Основна задача и цел на студијата со наслов „Економска импакт анализа и студија за развојниот потенцијал на индустријата за основни метали во Република Македонија” е преку примена на економска импакт анализа да биде идентификувано, квантифицирано и верифицирано значењето и улогата што индустријата за основни метали ја има во македонската економија. *Мерењето на директните ефекти* и придонесот на компаниите во рамките на индустријата за основни метали е претставен преку вкупниот аутпут, бруто додадената вредност, учеството во извозот, бројот на вработени и факторскиот доход на трудот, корпоративно-општествената одговорност на компаниите.

Вкупниот бруто аутпут претставува прв индикатор преку кој може да биде извршена апроксимација на перформансите на индустријата за основни метали и уште повеќе да го естимира нејзиниот директен импакт за националната економија. *Вкупниот аутпут* на компаниите кои се дел од оваа студија, како субјекти кои имаат најголема и доминантна улога во индустријата за основни метали во Република Македонија, има вредност 58.609 милиони денари и 38.983 милиони денари, во 2007 и 2014 година, респективно. Сепак, треба да бидеме внимателни во интерпретација на овој идикатор, бидејќи тој ги вклучува во пресметката интермедијарните добра, па поради тоа ги претставува бруто ефектите.



Релативното директно учество на вкупната додадена вредност (се пресметува како збир на платите на вработените, бруто добивката, амортизацијата и индиректните даноци или како разлика помеѓу бруто вредноста на производите и меѓуфазната потрошувачка изнесува 18.413 и 6.095 милиони денари во 2007 и 2014 година, респективно) на индустријата за основни метали во БДП на земјата (пазарната вредност на финалните добра и услуги што економијата ги произведува во период од една година – во оваа категорија се пресметуваат само финалните, а не и интермедијарните добра⁹⁾ изнесува 5.73% и 1.36% во 2007 и 2014 година респективно¹⁰⁾

Ова процентуално учество во националната економија можеби на прв впечаток не е премногу големо, но ако се земе предвид фактот дека станува збор за една индустрија во рамките на секторите рударство и вадење на камен, преработувачката индустрија и енергетскиот сектор чие релативно просечно учество во вкупниот БДП на Република Македонија во 2007 година изнесува околу 17% и дополнително, дека во креирањето на БДП во Република Македонија учествуваат над 70 илјади компании, може да се заклучи дека важноста на оваа индустрија за македонската економија е релевантна.

Релативното учество на извозот на индустријата за основни метали во вредноста на вкупниот извоз на земјата е значително поголемо компарирано со учеството на бруто додадената вредност на индустријата за основни метали во додадената вредност на преработувачката индустрија и БДП на земјата, што се должи на фактот дека оваа индустрија поголем дел од своето производство го пласира на странските пазари. Впрочем, податоците покажуваат дека вкупниот извоз на компаниите во студијата во 2007 година изнесува 51.905 милиони денари, што во релативен износ во однос на вкупниот извоз на земјата изнесува 31.55%, додека во 2014 година вкупниот извоз на оваа индустрија изнесува 29.766 милиони денари, додека нејзиното релативно учество во вкупниот национален извоз е намалено од 31.5% на 13% во 2014 година. Овие податоци за значителниот релативен придонес во вкупниот национален извоз само го потврдува приматот на

9) Податоците кои се користени во рамките на нашата анализа за учеството на индустријата за основни метали во БДП на РМ и вкупната индустрија се земени врз основа на пресметките според производниот метод како разлика помеѓу вкупната бруто вредност на производство и меѓуфазно производство, без притоа да се земат предвид нето даноците на производи и износот на субвенциите. Овие пресметки се базирани од официјално објавени податоци на Државниот завод за статистика на Република Македонија.

10) Земен е во анализата периодот до 2012 година поради недостиг на официјална статистика за одредени категории на економски показатели.



индустријата за основни метали како базичен столб и движечка сила на извозот на земјата.

Третиот значаен директен импакт што индустријата за основни метали го генерира во економијата се однесува на работните места што компаниите во рамките на индустријата за основни метали ги креираат во економијата.

Анализата покажува дека во 2007 година компаниите опфатени со студијата имаат вкупно 6.642 вработени, додека во 2014 година бројот на работени изнесува 6.393 (во структурата и профилот на овие работници доминираат квалификувани и работници со завршено средно стручно образование), што значи генерално има благ и незначителен тренд на намалување кој изнесува нешто помалку од 1%. Генералниот заклучок оди во насока дека и покрај фактот што оваа индустрија е капитално интензивна и во производствениот процес не бара ангажирање на голем број работници, сепак бројот на вработени што индустријата за основни метали ја генерира во економијата (вклучувајќи ги овде и бројот на работниците во оваа индустрија кои не се земени предвид во оваа студија) и дополнително фактот што просечната плата на вработените во оваа индустрија е повисока од просечната плата во преработувачката индустријата укажува дека директниот импакт на оваа индустрија анализирано низ призмата на вработеноста и платите не е воопшто мал.

Контрибуцијата на компаниите преку плаќање на даноци и придонеси и нивната корпоративно-општествената одговорност се, исто така, дел од индикаторите преку кои го мериме директниот импакт. Компаниите во рамките на индустријата за основни метали во форма на персонален данок на доход, корпоративен данок на добивка има исплатено кон државата вкупно 2.060 милиони денари и 730 милиони денари во 2007 и 2014 година, респективно. Дополнително во форма на придонеси за социјално и пензиско осигурување, придонеси за бенифициран стаж и други членарини кон државните институции и фондови овие компании имаат исплатено 373 милиони денари и 609 милиони денари во 2007 и 2014 година, респективно. Во релативен однос, даноци, придонесите и јавните давачки што компаниите по различни основи ги плаќаат кон државата во однос со вкупните даночни приходи и придонеси на државата изнесуваат 2.48% и 1% во 2007 и 2014 година, респективно.

Значаен белег со кој се карактеризираат поголем број компании во индустријата за основни метали е фактот што во целиот изминат период овие компании учествуваат преку посредна или непосредна финансиска и друг тип на поддршка во реализирање на огромен број проект од општествен интерес, како што се финансирањето на спортски клубови и



спортски настани, финансирањето на различни културни и општествено значајни манифестации, стипендии, инвестиции во подобрување на животната средина, подобрување на животот на граѓаните, финансиска поддршка во реализација на проекти на локалните самоуправи, проекти од национален интерес и сл. Во продолжение се презентирани податоци од компаниите за реализираните проекти од општествен интерес. За илустрација, вкупната вредност што овие компании ја имаат издвоено за општествено-корпоративна одговорност изнесува 63.5 милиони денари и 71 милиони денари во 2007 и 2014 година, респективно. Ова ги вбројува овие компании во групата на компании со најголема корпоративна општествена одговорност во Република Македонија, што се потврдува со големиот број на признанија, награди и сертификати добиени за нивната грижа кон општеството и граѓаните на Република Македонија.



Користена литература

- [1]. Beemiller, Richard. 1990. “Improving accuracy by combining primary data with RIMS: Comment on Bourque,” *International Regional Science Review*, Vol. 13, Nos. 1 & 2, pp. 99-101.
- [2]. Coughlin, Cletus, and Thomas B. Mandelbaum. 1991. “A consumer’s guide to regional economic multipliers” *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, January/February, 73(1), pp. 19-32.
- [3]. Grady, Patrick and R. Andrew Muller. 1988. “On the use and misuse of input-output based impact analysis in evaluation,” *The Canadian Journal of Program Evaluation* 2.3:49-61.
- [4]. Harris, Percy. 1997. “Limitations on the use of regional economic impact multipliers by practitioners: An application to the tourism industry,” *The Journal of Tourism Studies* 8.2.
- [5]. Kahn, R.F. 1931. “The relation of home investment to unemployment,” *The Economic Journal*, pp. 173-198.
- [6]. Miller, Ronald E. and Peter D. Blair. 2009. *Input-Output Analysis: Foundations and Extensions*. 2nd ed. New York: Cambridge University Press.
- [7]. Mills, Edwin C. 1993. “The Misuse of Regional Economic Models,” *Cato Journal*, Vol. 13, No 1, pp. 29-39.
- [8]. Moore, Frederick T. and James M. Peterson. 1955. “Regional analysis: An inter industry model of Utah,” *The Review of Economics and Statistics*, 37, pp. 368-383.
- [9]. Richardson, Harry, W. 1985. “Input-output and economic base multipliers: Looking backward and forward,” *Journal of Regional Science*, Vol. 25, No. 4, pp. 607-662. 18 Siegfried, John, Allen R. Sanderson, and Peter McHenry. 2006. “The economic impact of colleges and universities,” Working Paper No. 06-W12.
- [10]. Ten Raa, Thijs. 2005. *The economics of input-output analysis*. New York: Cambridge University Press.



УДК: 338.124.4:336.7(81)“1990/1999“
338.124.4:336.7(82)“1990/1999“

Стручен труд

ФИНАНСИСКАТА КРИЗА ВО БРАЗИЛ И АРГЕНТИНА

Стеван Габер¹
Илија Груевски²

Краток извадок

Финансиската криза во Бразил и во Аргентина во 90-тите години претставува основниот фокус во овој труд, преку кој се сака да се доловат различните причини и фактори кои довеле до драстични промени и дисбаланси во националните економии на овие две земји. Секако, од особен интерес е примената на соодветни мерки на властите во двете економии во соработка со ММФ за пронаоѓање на излез од таквата економска состојба која би била во насока на враќање кон состојбата на економски раст. Сето тоа се засновало на примената на мерките од „Реалниот план“ во Бразил и „Планот за конвертибилност“ во Аргентина кои требало да ја постигнат посакуваната економска стабилност.

Клучни зборови: *финансиска криза, каматни стапки, јавен долг, фискална состојба, фискални реформи, фискална одговорност.*

1) Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип stevan.gaber@ugd.edu.mk

2) Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип ilija.gruevski@ugd.edu.mk



FINANCIAL CRISIS IN BRAZIL AND ARGENTINA

Stevan, Gaber³
Илија, Gruевски⁴

Abstract

The financial crisis in Brazil and Argentina in the 90s is the primary focus in this paper through which it's intended to capture the different causes and factors that led to drastic changes and imbalances in the national economies of these two countries. Certainly, particular interest in this paper is the application of appropriate measures by the authorities in both economies in cooperation with the IMF to find a way out from that economic situation and which would be aimed to achieving economic growth. All this was based on the application of measures of “Real Plan” in Brazil and “Convertibility Plan” in Argentina which were intended to achieve the desired level of economic stability.

Keywords: *financial crisis, interest rates, public debt, fiscal situation, fiscal reform, fiscal responsibility.*

1. Вовед

„Реалниот план“ од 1994 година и стабилизационата програма базирана на девизниот курс постигнаа успех во намалување на високата инфлација во Бразил на 3% во 1998 год. и притоа одржувајќи просечна стапка на раст од 4% за време на 1994-1998 год. Исто така, беа во подем некои структурни реформи во областите на приватизацијата, дерегулацијата, надворешната либерализација и финансиските реформи. Сепак, реалниот девизен курс апрецирал со што довел до проширување на тековната сметка од приближниот биланс на сметка во 1994 год. на дефицит од 4% од БДП во 1997 год. Ова заедно со влошувањето на фискалната позиција предизвикано од високите реални каматни стапки го направи Бразил ранлив на заразата што следеше од азиските кризи во доцните деведесетти години. Притисокот на резервите и девизниот курс беше само делумно подобрен со остриот пораст на каматните стапки на околу 45% и усвојување на фискалниот пакет кој давал приходи околу 2,5% од БДП. На почетокот на 1998 год. капиталните приливи продолжија,

3) Economic faculty, Goce Delcev University, Stip, Macedonia¹ stevan.gaber@ugd.edu.mk

4) Economic faculty, Goce Delcev University, Stip, Macedonia² ilija.gruevski@ugd.edu.mk



овозможувајќи каматните стапки да се вратат на нивните преткризни нивоа околу 20%, но, сепак, растот се намалил силно за време на 1998 година.

За разлика од Бразил, Аргентина во 1991 година започнала сеопфатен стабилизационен план, централизиран на „Планот за конвертибилност“ од март 1991 год., кој основал валутен одбор и стриктно ограничување на финансирањето на централната банка на нефинансискиот јавен сектор и на финансиските институции, вклучително и провинцијалните банки. Другите елементи од планот вклучувале трговски реформи, укинување на контролите на цените, дерегулација на трговијата на големо и мало, приватизација и реформи на финансискиот сектор.

Големиот труд за намалување на дискреционото трошење комбинирано со остро намалување на каматните плаќања, водело кон драматично подобрување на јавните финансии во 1993 година. Годишната инфлација била намалена од скоро 5.000% на крајот на 1989 година на 3,7% до крајот на 1994 година. Реформите воделе кон брза ремонетизација, со банкарски депозити поддржани од капитални приливи кои дозволиле раpidен раст на банкарското кредитирање. Државата, исто така, ги елиминирала отплатите по основ на долг и го обновила пристапот кон домашните и меѓународните кредитни пазари.

Повратот на кредибилитетот, довербата и странските инвестиции предизвикало остар раст на БДП чиј просек се приближил на 8% по година во реални услови помеѓу 1991 и 1994 година придвижено особено од потрошувачката и инвестициите. Стабилната апрецијација на реалниот девизен курс и растечкиот дефицит во тековната сметка за скоро 4% од БДП во 1994 година го проследиле кредитниот бум. Фискалната политика била олабавена во 1994 година преку пренесување на придонесите за социјално осигурување на вработените на приватниот пензиски систем, зголемената дискрециона потрошувачка од федералната влада и влошувањето на провинцијалните финансии. Како резултат на тоа, програмата на ММФ излегла од контрола во втората половина од 1994 година. Дефицитот на јавниот сектор достигнал 2,3% од БДП и јавниот долг 32% од БДП до крајот на 1994 година.

2. Како се манифестирала кризата во Бразил?

Фискалната позиција во 1998 година се релаксирала и сомнежите во врска со обврската на авторитетите за одржување на фискална усогласеност во изборната година постепено се зголемуваа. Заразата што ја следеше Руската криза изврши притисок врз девизниот курс и предизвика големи загуби во девизните резерви. Авторитетите превземаа

серија на мерки за да се подобри контролата на расходите и да се затегне фискалната позиција, како и ги зголемија краткорочните каматни стапки за околу 40%. Ова беше потпомогнато со прифаќање на ММФ програмата за поддршка, изградена за среднорочна фискална усогласеност, насочена кон стабилизирање на показателот за долг и одржување на девизниот курс преку затегната монетарна политика. Притисокот врз валутата се намали откако властите ја објавија програмата. Централната банка промптно ги намали каматните стапки (од 40% во ноември 1998 год. на 29% во декември), но ова настана како резултат на неуспехот на Конгресот во важен дел од фискалниот пакет и изјавата дека државата нема да го испочитува долгот кон федералната власт. Скепсата во врска со способноста на авторитетите да ја имплементираат програмата растеше, оставајќи ја валутата под сериозен притисок кон крајот на декември и почетокот на јануари 1999 год. како што странските кредитори на банките одбија да ги продолжат постоечките кредитните линии. По порастот на каматните стапки, реалот се остави да флукутира во средината на јануари. Каматните стапки продолжуваа да се зголемуваат, но девизниот курс и големината на резервите се намалија драстично сè до март, кога се обнови довербата поради воведената ревидирана монетарна рамка, порастот на каматните стапки дури до 45%, ревидирана програма за поддршка од ММФ и договор со странските банки да ги одржат нивните кредитни линии со Бразилските банки. Покрај валутната криза, немаше банкарска криза, портфолиото на заеми на банките беше силно и не беа изложени на ризикот од девалвацијата. Немаше неуспех од неплаќање на јавниот долг. Доброволните капитални приливи се повратија од април, овозможувајќи на домашната валута да се стабилизира, додека каматните стапки се намалија од 45% на 21% во јули. Економскиот раст се обнови побрзо од очекуваното, достигнувајќи 1% во 1999 год. спореден со проекциите на оригиналната програма дека ќе се намали на 4%, кое во најголема мера го одразуваше стабилниот и здрав банкарски сектор.

2.1. Кои беа главните причини за настанување на Бразилската криза?

Основна причина за настанување на кризата беа грешките на домашната политика во 1998 год. и почетокот на 1999 год. како што беа: фискалната неадекватност (“fiscal slippages”) и задоцнување во имплементирање на фискалните реформи, предвремени намалувања на каматните стапки и недоволните зголемувања на каматните стапки во различни моменти, како и надворешните шокови од Азиската и Руската криза. Според ова, постоеја неколку клучни ранливи делови:

- растечки дефицит на тековната сметка – кој постојано се зголемуваше од 2,5% од БДП во 1995 год. на 4,5% од БДП во 1998 год. – финансиран главно од краткорочните портфолио приливи;
- Надворешна нерамнотежа, настаната во најголем дел од растечкиот фискален дефицит од 1995 година, предизвикувајќи раст во издатоците на пензиските фондови и другите бенефиции во вид на социјална помош, како и порастот на провинциските дефицити. Во 1998 год., сеопфатна програма за реструктурирање на субнационалниот долг придонесе за создавање простор за фискалните стимулации.
- Структурата на јавниот долг ги направи финансиите на Владата многу сензитивни на промената на краткорочните каматни стапки и девизниот курс. Кон крајот на 1998 год. просечната достасаност на јавниот долг изнесуваше околу 7 месеци, со две третини од јавниот долг индексирани со краткорочни каматни стапки и една петина деноминиран во долари.

Фискалните фактори беа инкорпорирани во суштината на Бразилската криза. “*The Real Plan*” не успеа да одговори на основните структурни фискални слабости, како што беа: скапи и актуарски небалансирани пензиски системи на власта, прекумерни исплати на државата по основ на плати, особено на државно ниво, ригидна структура на трошоците со голем удел на мандатните трошоци и комплексен и неефикасен систем на индиректно оданочување. Иако нивото на јавен долг во однос на БДП не беше висок според меѓународните стандарди, стравот за среднорочната одржливост, односно *очигледниот недостаток на политичка волја да се имплементира значајно фискално прилагодување, високите реални каматни стапки и сензитивноста на долгот на промените на краткорочните каматни стапки и девизниот курс* беа критични фактори за неколкуте епизоди на притисок врз девизниот курс. Од друга страна, интересно е да се забележи дека структурата на јавниот долг обезбеди заштита (хеџирање) на приватниот сектор, бидејќи државата ги апсорбираше најголемиот дел од трошоците на девалвацијата, овозможувајќи брзо опоравување на приватниот сектор од шоките на каматните стапки и девизниот курс од 1998-‘99 год.

Фискалните проблеми беа очигледни во дефицитот на јавниот сектор, кој бележеше тренд на пораст во периодот на кризата и достигна скоро 8% од БДП во 1998 год. Нивото на јавен долг не се процени како висок во однос на БДП врз основа на меѓународните стандарди, но очигледно е дека беше висок во однос на бруто резервите и постоечкиот пораст на каматните стапки во 1997 год. Проблемот на страната на трошоците



беше евидентен со високата пропорција на трошоци за плати и растечките трошоци за бенефиции на пензиските фондови и други видови на социјални трансфери. Интересен момент во тој период бил што кредитните рејтинг агенции не успеале да ја предвидат кризата.

1.2. Какво беше фискалното влијание на кризата и како одговори фискалната политика?

Влијанието на кризата врз каматните стапки и девизниот курс стимулираше нагорен притисок на дефицитот во јавниот сектор во 1999 год. и резултираше со силно приспособување на јавниот сектор со остварен суфицит од 3,2% од БДП споредено со почетниот дефицит од 1% во 1997 год. Консолидацијата беше највисока на ниво на централната власт (подеднакво распределен на двете страни од буџетот), иако државните власти и јавните претпријатија, исто така, имаа свој придонес во консолидацијата. Приходите пораснаа одразувајќи некои даночни мерки, но исто така се подобри наплатата на задоцнети долгови. Трошоците се одликуваа со воздржаност во поглед на платите и капиталните расходи, со балансирање на реалниот раст на социјалните трошења на умерено ниво, согласно на реформите на пензискиот фонд од 1998 год. Силните фискални перформанси продолжија во 2000 год. со значајни приспособувања кои доаѓаа од државите (општините), односно од пониските нивоа на власт.

Покрај брзото заздравување на растот и отсуството на банкарски кризи, јавниот долг благо се зголеми во 1999 год., како резултат на влијанието на депрецираниот девизен курс врз индексираниите државни долгови во странска валута и континуираното признавање на претходно нерегистрираните обврски, кои го зголемија јавниот долг за дополнителни 11 процентни поени од БДП во 1996 год. Сепак, структурата на јавниот долг се подобри, со помал износ на долгот врзан со краткорочните каматни стапки и странски валути, како и пораст на просечниот рок на достасаност.

Според ова се добива слика дека јавните финансии покажаа потребен степен на флексибилност за време на кризата, покрај ригидноста на трошоците. Затегнувањето на фискалната политика, кое следеше по кризата, беше дополнето со *Законот за фискална одговорност*, донесен во мај 2000 год., кој ги постави одредбите за лимитирање на персоналните трошења и долгот на секое ниво на власта, елиминирање на можноста за спас на владите во услови на криза, зголемување на транспарентноста и одговорноста, значителни договори за реструктурирање на субнационален долг со Министерството за финансии кое има основни барања за примарен вишок. Но, други аспекти од структурните фискални реформи, како што се реформата во индиректното оданочување и регулациите за



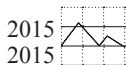
вработувањата во јавниот сектор, продолжија да бидат опструирани од страна на Конгресот.

3. **Како се манифестирала Аргентинската криза?**

Комбинацијата на фактори на крајот од 1994 година, како растечката тековна сметка и буџетски дефицити, пропустот да се придржува до програмата за поддршка на ММФ, перспективата на изборите во мај 1995 година и Мексиканската криза од декември 1994 година ги поттикнало инвеститорите да се сомневаат во посветеноста на државата за одржување на фиксниот девизен курс и отплатата на долгот. Фондовите биле повлечени од банките и од страна на странските инвеститори. Тоа ескалирало веднаш по колапсот на малиот трговец со обврзници (значајно експониран на Мексиканските обврзници) во јануари 1995 година со значителни повлекувања на средства прво од банките за трговија на големо, а потоа и од малопродажните депоненти од слабите провинцијални, кооперативни и мали малопродажни банки. Каматните стапки пораснале значително (меѓубанкарска камата со 70% и камати на заеми во песо и УСА долар на 40% и 19% за време на март). Бруто резервите на централната банка се намалиле за околу една третина за време на првиот квартал, а пазарите на акции и обврзници паднале грубо за околу една половина помеѓу декември 1994 и март 1995 година.

Властите одговориле на кризата преку *зголемување на поддршката на финансискиот систем во согласност со договорот за валутен одбор*. Задолжителните резерви на депозитите во долари и песото биле намалени, депозитите во централната банка биле доларизирани во обидот да се даде доверба на пазарите и бил основан фонд за купување на нереализирани заеми од „потресени“ финансиски институции. Покрај овие мерки, повлекувањата на депозити и загубата на депозити продолжила сè додека стапката на резерви во однос на монетарните обврски на централната банка не се приближила на статутарно ниво од 80% во насока на елиминирање на натамошната поддршка на финансискиот систем од страна на Централната банка.

Во март 1995 година, властите објавиле детали од Програмата за поддршка на ММФ со две важни компоненти: *прво*, фискално затегнување дизајнирано за да се демонстрира државната посветеност кон сервисирање на нејзините должнички облигации; *второ*, поставувањето на два нови доверителски фондови, капитализирани преку домашни и странски заеми, со цел обезбедување на ресурси за реструктуирање на финансискиот сектор. Имало позитивна пазарна реакција со драстично опаѓање на каматните стапки и во април Аргенина била во можност да емитува две



обврзици од 1 милијарда долари на домашни и странски инвеститори. Кредитирањето на приватниот сектор, независно на повратот на депозити и капитални приливи за време на остатокот од 1995 година, останало рестриктивно во време кога банките размислувале да ги обноват нивните ликвидни позиции при зголемување на зајмувањето на јавниот сектор. Тоа придонело до значително намалување на економската активност со пад на БДП од 3% во 1995 год. и со скок на невработеноста од 12,2% во октомври 1994 година на 18,6% во мај 1995 година.

Севкупно, кризата била карактеризирана:

- со остро пренасочување на капиталните текови, кое водело до драматичен пад во резервите, иако курсот на песото кон доларот останал одржан;
- големи повлекувања на депозити, кои за малку ќе го турнеле банкарскиот систем во криза, а кои биле избегнати поради способноста на банките да го поднесат периодот на високи каматни стапки и поради брзата реакција на властите;
- остар пад на БДП;
- неплаќањето на долгот и реструктурирањето биле избегнати.

1.1. Кои биле главните причини за појава на кризата?

Иако кризата во Аргентина генерирала помалку контроверзии во поглед на нејзините причини споредбено на Мексиканската криза, различни студии потенцирале различни фактори:

- Radelet and Sachs (1998) ја нагласиле ликвидноста во контекст што краткорочните обврски кон странците ги надминале краткорочните средства како клучна повреда. Тие констатираат дека истата повреда била изворот на Мексиканската криза во доцните 1994–1995 години, иако повеќето од долгот кон странските банки бил поседуван од банкарскиот и небанкарскиот приватен сектор;
- Choueiri and Kaminsky (1999) ставиле поголем акцент на меѓународната финансиска „зараза“ во обидот за објаснување на кризата. Нивниот аргумент се заснова на премиот кон контракциона монетарна состојба во САД за време на 1994 год. што било главен фактор во предвидувањето на Мексиканската криза, која за возврат била пренесена на Аргентина преку заедничките банкарски кредитори и вкрстеното хеџирање.
- Како поткрепа на овие објаснувања е цврстата зависност на Аргентина од надворешни извори за финансирање, а со тоа да се промени и ранливоста во зависност од расположението на меѓународните пазари на капитал.



- García-Herrero (1997) акцентот го става на *слабоста во банкарскиот систем*. Иако подобрената супервизија и регулација за време на раните 90-ти години го направила финансискиот сектор поотпорен, проблемите останале помеѓу провинциските банки. Тие продолжиле да се користат за финансирање на дефицитите на провинцијалните влади кои за разлика од федералниот дефицит не се намалиле за време на раните 90-ти и биле слабо менаџирани што водело кон обемни нереализирани заеми. Тоа ја поткопало довербата, која веќе била ниска како последица на историјата на банкарски кризи. Исто така, се појавиле и несовапаѓања во билансите на состојба со растечкото издавање на деноминиран кредит во долари и намалениот рок на доспевање на депозитите во песо и долари. Трката по депозити ги фатила неколку провинцијални и мали приватни банки во неликвидност и таквата произлезена зараза се пренела и на други очигледно солвентни банки.
- *Додека договорот за валутен одбор во некои аспекти обезбеди извор на кредибилитет и стабилност, некои други аспекти на режимот дополнително ја зголемиле ранливоста*. Тој го намалил просторот на централната банка да го амортизира импактот на капиталните одливи врз банкарскиот систем, вклучувало опција за користење на инфлацијата да ги намали билансите на состојба на банките преку девалвација и го затегнало финансиското ограничување врз државата што води кон цврсто потпирање на надворешното финансирање и можност за проблеми со прелевање.
- На крај, традиционалните макроекономски нерамнотежи биле евидентни во стартот на кризата. Реалниот девизен курс апрецирал со 13% во 1992 и 12% во 1993 година, дефицитот на тековната сметка се проширил од 2,8% од БДП во 1992 година на 4,3% од БДП во 1992 година и фискалната позиција се нарушила во 1994 година.

1.2. Која била природата на фискалната ранливост?

Повеќето анализи на кризата во Аргентина во 1995 година не ги ставаат фискалните работи во центарот на внимание, иако тие ги признаваат како фактор од придонес. Со подобрувањето на дефицитот за време на раните 90-ти години и намалувањето на стапката долг / БДП преку 1993 година веќе не постоеле долгите грижи за фискална одржливост. Сепак, растот на дефицитот во 1994 година, одразувајќи го повисокото ниво на трошење на федерални и провинцијални нивоа и последователната помош од ММФ, ги зголемило двоумењата за посветеноста кон зацврстувањето на девизниот курс, особено земајќи ја предвид близината на претседателските избори



во 1995 година и скорешната аргентинска историја со хиперинфлацијата. Дополнително, изгледало очигледно дека економијата растела со неодржлива стапка во 1992-1993 година и оттаму дека фискалната состојба била поекспанзивна од наведеното. Како дополнување, позитивната пазарна реакција на програмата за поддршка од ММФ преземена во 1995 година со фискалното стегане како главна карактеристика, укажува на фискалните проблеми во предизвикувањето на кризата.

Како што е споменато погоре, ограничувањата на валутниот одбор врз монетарното финансирање комбинирано со неразвиените домашни пазари на капитал и силната зависност од надворешното позајмување го направиле дури и финансирањето на релативно мал дефицит потенцијален извор на ранливост. проблемот во кумулирањето на јавниот долг во 1995 година била главната причина за затегнување на фискалната политика. Притоа, властите успеале да ги избегнат сериозните проблеми со менаџирање на долгот што биле во јадрото на Мексиканската криза. Постоеле *две главни структурни фискални слабости* како подлога на кризата од 1995 година. *Првата слабост* е поврзана со меѓувладините фискални односи. Провинциите, преку спогодби за поделба на приходите, оствариле бенефит од силното подобрување во наплатата на федералниот приход во раните 90-ти, но тоа не предизвикало намалување на нивните дефицити или не го подобрил нивниот напор во наплатата на приходите. Платите стигнале до 50% од провинцијалните расходи, наследство од 80-тите кога провинцијалните влади функционираше како работодавач од крајна инстанца. *Втората слабост* била ригидноста на потрошувачката: недискреционите пензии и трансферите кон провинции сочинувале две третини од федералното трошење.

Нарушувањето во фискалната позиција во 1994 година е доказ на растот во потрошувачката и, исто така, во проценките за фискалниот импулс. Меѓутоа, постои мала индикација за проблеми со одржување на бројките за јавниот долг пред појавата на кризата. Некои пазарни индикатори, краткорочните каматни стапки и пресметките за позајмувањата во странски валути се зголемиле драстично за време на четвртиот квартал од 1994 год. *Рејтинзите за државниот долг биле непроменети за време на 1994 и 1995 година.*

1.3. Кој бил фискалниот импакт на кризата и како одговорила фискалната политика?

Фискалните мерки биле во срцето на поддржаните реформи од ММФ објавени во март 1995 година. Се очекувало од нив да остварат 2% принос од БДП во 1995 година и вклучувало привремено зголемување на ДДВ



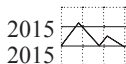
и разновидни кратења во потрошувачката (проценети на 0.7% од БДП). Реакцијата на објавувањето на овие мерки била корисна и доволна за да се мобилизираат фондови од меѓународните финансиски институции и приватниот сектор и да се овозможи на владата да одговори на нејзините обврски за сервисирање на долгот, да ги капитализира двата фонда поставени за реструктурирање на банкарскиот систем и да ги обнови меѓународните резерви.

Провинцијалните финансии се подобриле во 1995 година и 1996 година поради зголемените приходи од приватизацијата, промените во пензиските обврски на федералната влада и зголемените трансфери. Сепак, во суштина, вкупниот фискален дефицит се проширил во 1995 година поради ненадејниот пад во приходите како последица на контракцијата во економската активност. Приспособено за тоа, фискалниот статус се зацврстил во 1995 година (и бил неутрален во 1996). *Показателот долг/БДП се зголемил во годините по кризата, рефлектирајќи го дефицитот во 1995 година и трошоците за реструктурирање на финансискиот сектор, иако нашироко распространите одржливи проблеми не се појавиле сè до доцните 90-ти.* Во краен случај, во годините по кризата од 1995 година, не биле применети структурни фискални реформи.

Заклучок

Од трудот можеме да согледаме дека поголем дел од проблемите со финансиската криза во биле поврзани со недостатокот од квалитетни политички одлуки во насоки на рестриктивни фискални мерки кои би овозможиле поекспедитивна стабилизација, но кои биле ефикасно проследени со посредство и поддршка од страна на ММФ во подоцнежните години.

Во Бразил неадекватната фискална политика проследена со висок буџетски дефицит, несоодветната структура на јавниот долг – поголемата експонираност на краткорочни каматни стапки, но и проблемите со фискалните реформи се сметаат како приоритетни во борбата со економската криза во оваа земја. Нормално и сензитивноста на каматните стапки и изложеноста на девизен ризик како резултат на прелевањето на азиската и руската криза имаа свое влијание во дополнителното совладување на оваа криза. Сепак, сериозните мерки во поглед на фискалната консолидација од страна на централната власт и оние на пониско ниво на власт, како и зголемената наплата на јавните приходи допринесоа за буџетски суфицит. Ова проследено со сериозната контрола на јавните расходи и изгласаниот Закон за фискална одговорност во чиј фокус било ограничувањето на персоналните трошења и долгот на секое



ниво на власта, елиминирање на можноста за спас на владите во услови на криза, зголемување на транспарентноста и одговорноста придонело за побрзо стабилизирање на економијата и остварување на економски раст. Сепак, одредени барања за дополнителни фискални реформи во сегментот на индиректното оданочување и регулацијата на вработувањата во јавниот сектор биле одбиени од страна на властите.

Во Аргентина, пак, комбинираниите ефекти на растечката тековна сметка и буџетските дефицити, пропустот да се придржува до програмата за поддршка на ММФ, перспективата на изборите во мај 1995 година и Мексиканската криза од декември 1994 година ги поттикнало инвеститорите да се сомневаат во посветеноста на државата за одржување на фиксниот девизен курс и отплатата на долгот. Фондовите биле повлечени од банките и од страна на странските инвеститори. За да се обезбеди кредибилитетот во сервисирањето на должничките обврски владата пристапила кон исполнување на договорот за валутен одбор со кој акцентот бил ставен на фискалните рестрикции и на формирањето на нови фондови за реструктуирање на финансискиот систем. Според многу експерти, проблемите со кризата во Аргентина биле во поставеноста на банкарскиот систем, доминантноста на надворешните извори на финансирање, потоа недостатокот на ликвидност кај банките, стриктното почитување на договорот за валутетен одбор, кој од една страна обезбедил кредибилитет, но од друга ја оневозможил централната банка да ги контролира ефектите од капиталните одливи. Сепак, сликата не би била комплетна без акумулацијата на јавен долг во 1995 година која била резултат на неадекватните односи помеѓу различните нивоа на власт и нормално ригидноста во потрошувачката со посебен нагласок на трошоците на пензиските фондови и трансферите кон провинциите. Нормално, како и во случајот на Бразил и овде ММФ понудил фискални мерки фокусирани на растот на ДДВ и сериозни кратења на страната на расходите до 0,7% од БДП што овозможило заинтригираност и мотивирање на странските инвеститори да пристапат со помош кон реструктуирање на финансискиот систем.



Користена литература

- [1]. Choueiri, N. and Kaminsky, G. (1999). *Has the Nature of Crises Changed? A Quarter Century of Currency Crises in Argentina*. IMF, IMF working paper No. 155
- [2]. García-Herrero A. (1997). *Banking Crises in Latin America in the 1990's: Lessons From Argentina, Paraguay and Venezuela*. IMF, Issue 97-140
- [3]. Hemming, R., Kell, M., and Schimmelpfennig, A. (2003). *Fiscal Vulnerability and Financial Crises in Emerging Market Economies*. IMF, Occasional Paper No. 218
- [4]. Krugman P. (2009). *The Return of the Depression on the economics and the crisis of the 2008. First Edition*, W.W Norton and Company, NY, London
- [5]. OECD (2009). *The financial crisis-reform and exit strategies*. OECD
- [6]. Radelet, S. and Sachs, J. (1998). *The Onset of the East Asian Financial Crisis*. National Bureau for Economic Research, NBER working paper No. 6680



УЛОГАТА НА ЗЕМЈИТЕ ВО РАЗВОЈ ВО МЕЃУНАРОДНАТА ТРГОВИЈА

доц.д-р Емилија Митева-Кацарски¹
м-р Костадинка Чабулева²

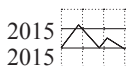
Краток извадок

Една од највпечатливите карактеристики на глобалната економија во последниве неколку години е зголемената улога на земјите во развој. Токму, предмет на анализа во овој труд е растечкото влијание на земјите во развој врз глобалната економија преку намалувањето на сиромаштијата, зголеменото производство и извоз, на тој начин засенувајќи и некои од индустријализираните економии. Во овој труд се анализирани трговските текови на земјите во развој, фокусирајќи се на подобрените можности за извоз од најмалку развиените земји како резултат на трговската отвореност на големите динамични економии.

Клучни зборови: *земји во развој, глобална економија, трговски текови.*

1) Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип emilija.miteva@ugd.edu.mk

2) Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
kostadinka.cabuleva@ugd.edu.mk



THE ROLE OF DEVELOPING COUNTRIES IN THE INTERNATIONAL TRADE

Emilija Miteva-Kacarski³
Kostadinka Cabuleva⁴

Abstract

One of the most striking features of the global economy in recent years has been the increasingly large role played by developing economies. This paper examines the growing influence of developing countries in the global economy through the reduction of poverty, increased production and exports, in some cases eclipsing some of the industrialized economies. Trade flows of developing economies are also explored, focusing on the enhanced export opportunities for least-developed countries as a result of the trade opening of large, dynamic developing economies.

Key words: developing countries, global economy, trade flows.

Вовед

Побрзата стапка на раст на БДП на земјите во развој ја зголеми стапката на конвергенција со развиените земји во однос на приходите по глава на жител во последните децении. Растот на БДП се движи во паралела со интегрирањето во светската економија. Уделот на земјите во развој во светскиот аутпут е зголемен од 23% на 40% во периодот меѓу 2000 и 2012 година. Уделот на овие земји во светската трговија е зголемен од 33% на 48%. [7] Земјите во развој од Г20 ги намалија нивните царини на околу 10% во последната деценија. Сепак, земјите во развој се сеуште многу посиромашни од развиените земји и милиони луѓе живеат во сиромаштија, дури и во најдинамичните земји во развој. Дали економскиот успех во последните неколку години може да биде одржлив е прашање на време, имајќи го предвид фактот дека земјите во развој се нераскинливо поврзани со развиените земји, кои сè уште целосно не се закрепнати од финансиската криза и глобалната рецесија од 2008 до 2009 година.

Во однос на терминологијата, групирањето на земјите според степенот на развој претставува предизвик во рамките на СТО, сè додека

3) Faculty of Economics, Goce Delcev University, Stip, Macedonia
emilija.miteva@ugd.edu.mk

4) Faculty of Economics, Goce Delcev University, Stip, Macedonia
kostadinka.cabuleva@ugd.edu.mk



договорите во рамките на СТО дозволуваат преференцијален третман на земјите во развој и најмалку развиените земји.

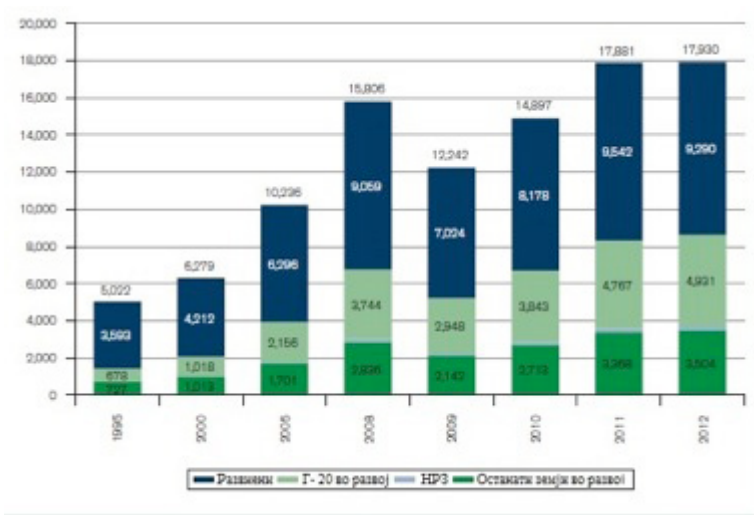
Категоријата „развиени земји“ ги опфаќа сите 28 земји-членки на ЕУ, други земји од Западна Европа (Исланд, Норвешка и Швајцарија), Австралија, Канада, Нов Зеланд, Јапонија и Обединетите нации. Сите останати земји и територии се познати како „земји во развој“. Под „земји во развој“ се дефинирани три подкатегории [7]:

1. „Најмалку развиени земји“.
2. „Г20 економии во развој“, кои вклучуваат 11 неразвиени членки на Г20 т.е. Аргентина, Бразил, Кина, Индија, Индонезија, Република Кореја, Мексико, Руската Федерација, Кралството на Саудиска Арабија, Јужна Африка и Турција. Оваа група на големи земји во развој беше избрана поради перцепцијата дека сè повеќе се користи БРИК групата (т.е. Бразил, Руската Федерација, Индија, Кина и понекогаш Јужна Африка) која е претесна и ѝ недостига регионално обележје.
3. „Други економии во развој“, кои ги опфаќаат сите останати земји.

Трговската отвореност на земјите во развој

Брзиот раст на БДП го зголемува уделот на земјите во развој во светскиот БДП со тек на време. Овие земји го зголемија нивниот заеднички удел во глобалниот аутпут од 39% во 2000 на 52% во 2012 година. Поголемиот дел од зголемувањето беше резултат на економиите во развој од Г20, кои го зголемија нивниот удел во извозот од 25% на 36%. Кина, повеќе од двојно го зголеми својот удел т.е. од 7% на 15%. Индија оствари поскромно раст од 4% на 6% во истиот временски интервал, додека Бразил остана со непроменето учество од 3% и Мексико го намали учеството од 3% на 2%. Сите најмалку развиени земји сочинуваат околу 2% од светскиот извоз во 2012 година, додека 1% во 2000 година. [7]

На графикон 1 е прикажан зголемениот удел на земјите во развој во светскиот извоз на стоки, почнувајќи од 1995 година (слични промени се забележани и на страната на увозот).



Графикон 1. Извоз на стоки во периодот од 1995 до 2012 г.
(во милијарди долари)
Chart 1. World merchandise exports, 1995-2012 (US\$ billion)

Учеството на економиите во развој од Г20 во светскиот извоз е зголемено во периодот меѓу 1995 и 2000 година од 13% на 16%. Сепак, во периодот од 2000 до 2012 година, ова учество е зголемено на 28% и покрај глобалната економска криза во 2009 година. Учеството на најмалку развиените земји во глобалниот извоз е занемарливо во текот на целиот период, додека учеството на останатите земји во развој е зголемено од 16% во 1995 година на 20% во 2012 година. Свкупно, учеството на земјите во развој е зголемено од 33% на 48% во текот на целиот период.

Идејата за слободна трговија вообичаено претпочива на постоенето на придобивки од трговијата. Повеќето економисти се согласни дека ефектот на трговска либерализација резултира со раст на реалниот БДП, имајќи ја предвид релевантноста на трошоците од приспособувањето кон трговската отвореност. Отвореноста го зголемува БДП на земјата, бидејќи ја подобрува ефикасноста на алокацијата на ресурсите. Прво, трговијата овозможува секоја земја да се специјализира во производство на добра кои може да ги произведе многу поефтино и да ги увезува останатите добра, на тој начин искористувајќи ги компаративните предности. Второ, со проширувањето на големината на пазарот надвор од националните



граници, трговијата им овозможува на фирмите да остварат економија од обем. Трето, трговијата ги избира најпродуктивните фирми на пазарот.

Трговската отвореност влијае на економскиот раст на повеќе начини. Прво, трговијата може да влијае на растот преку поврат на акумулацијата на капитал. Моделите кои ја анализираат врската меѓу меѓународната трговија и економскиот раст покажуваат дека, за разлика од затворена економија, мала и отворена економија може да остварува стапки на економски раст исклучиво со акумулација на капитал. Ако мала и отворена економија усвои политики кои го поттикнуваат инвестирањето, истата може да акумулира капитал без да го почувствува намалувањето на стапките на поврат на инвестициите. На тој начин е објаснет растот на Источноазиските тигри во 70-тите и 80-тите години во 20 век. [6]

Второ, трговијата може да влијае на растот преку нејзините ефекти да ги поттикне иновациите. Во тој контекст, она што е важно е ефектот на трговијата врз големината на пазарот, конкуренцијата и прелевањето на знаење. Вообичаено, отвореноста кон трговијата ја зголемува големината на пазарот со кој се соочува фирмата. Тоа резултира со зголемување на инвестициите во истражување и развој, бидејќи се зголемени приходите од воведувањето нови добра. Тоа води кон зголемен раст. Зголемената конкуренција генерирана од страна на трговијата има два спротивни ефекти врз поттикот за иновации. Од една страна, конкуренцијата ги поттикнува фирмите да инвестираат во истражување и развој. Од друга страна, конкуренцијата го намалува поттикот за иновации, бидејќи ги намалува монополските ренти на успешните иноватори. [3] Емпириски е поддржана позитивната корелација меѓу конкуренцијата и поттикот за иновации, а оттука и врската меѓу отвореноста на трговијата и растот. [4]. [1]

Трговијата може да ги поттикне фирмите да иновираат преку ефектот на прелевање на знаењето. Трговијата може да го подобри прелевањето на знаењето, бидејќи овозможува пристап до знаење отелотворено во добра произведени во странство. Трговијата преку транспортот и комуникациските услуги овозможува да се намалат трошоците за размена на информации. Странските директни инвестиции го овозможуваат трансферот на технологија преку соодветни обуки. Ако откритијата во странство (инвестициите во истражување и развој) ја зголемат продуктивноста во матичната земја (преку прелевање на знаењето), домашните фирми ќе бидат мотивирани да иновираат. Тоа ќе резултира со повисок раст.

Трговијата може да има позитивни ефекти врз растот преку нејзината институционална рамка. Често, трговската либерализација е поврзана



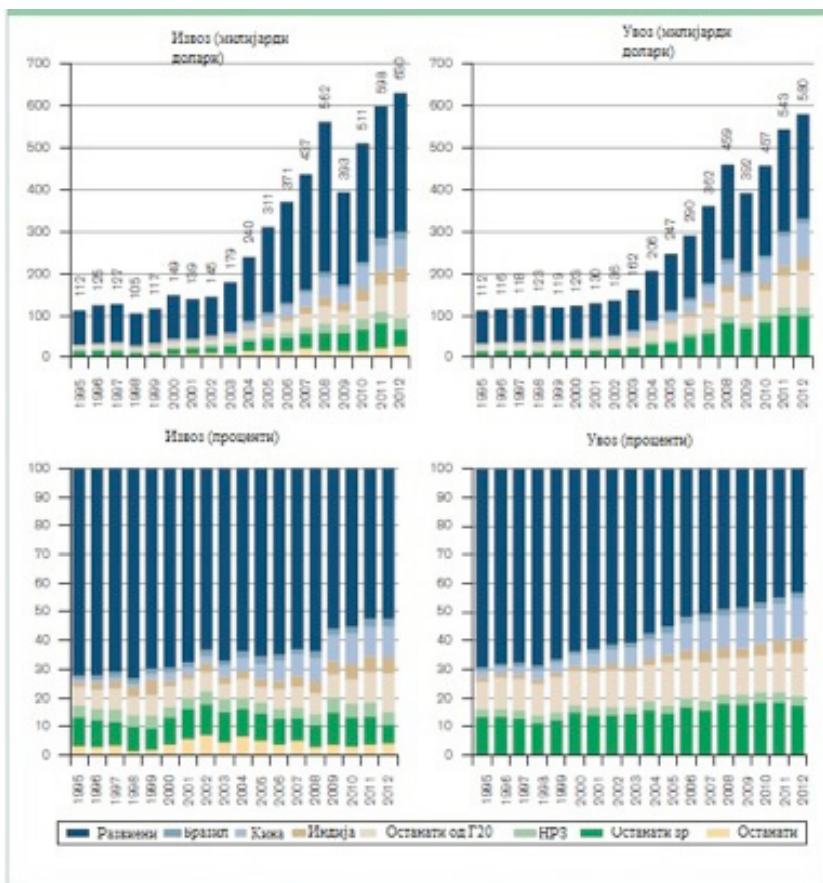
со прифаќање на надворешни обврски. Истата е мултилатерална или регионална. Земјите потписнички на некој трговски договор, не само што се обврзуваат да ги намалат царините, туку и прифаќаат одредена институционална рамка. На пример, членството во СТО им наложува на земјите одредени правила на транспарентност на трговската политика, како и одредени правила во однос на нецаринските мерки како што се техничките регулативи, субвенциите или правата на интелектуална сопственост. Емпириските истражувања ја потврдуваат тезата дека меѓународната трговија ја подобрува институционалната рамка и дека обврската за отвореност на трговијата преку членството во СТО го поттикнува растот. [5]

Трговската отвореност на неколку големи и динамични земји во развој во текот на последните децении, радикално ги промени насоките на меѓународната трговија. Почнувајќи од 1996 година, сите земји ја либерализираа трговијата, но трговската отвореност во економиите во развој на Г20 и останатите економии во развој е најзначајна. Економиите во развој на Г20 ги намалија нивните царини со клаузула најповластена нација на околу 5%. Тие се обврзаа за околу 80% од царинските линии според пропишаните нивоа од страна на СТО и ги намалија нивните царински стапки за приближно 10% во текот на изминатата деценија. [7]

Пристапувањето на Кина во СТО во 2001 година, одигра голема улога во нејзината отвореност кон размена. Просечната царинска стапка на Кина се намали од 40% во 1985 година на помалку од 10% во денешни услови. Голем број истражувања укажуваат на позитивното влијание на пристапувањето на Кина во СТО врз растот, трговијата и инвестициите. [2]

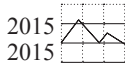
Трговската отвореност на земјите од Г20 ги прошири извозните можности за овие земји, како и за најмалку развиените земји. Царините при увоз од најмалку развиените земји се намалија многу побрзо во земјите од развој кои се дел од Г20 во споредба со развиените земји. Голем дел од оваа намалување се должи на отвореноста на кинескиот пазар. Во последните неколку години, најмалку развиените земји и останатите земји во развој го зголемија нивниот извоз во земјите од Г20, посебно во оние од Азија.

За илустрација, размената на Африка со остатокот од светот за временскиот период 1995-2012 година е прикажана на графикон 2.



Графикон 2. Трговската размена на Африка со остатокот од светот во периодот 1995–2012 г. (во милијарди долари и проценти)
Chart 2. Merchandise exports of Africa, by export/import partner, 1995–2012 (US\$ billion and per cent)

Учеството на извозот од Африка во развиените земји се намали од 72% во 1995 година на 53% во 2012 година. За повеќето земји во развој појавата на нови големи пазари доведе до зголемување на вкупниот извоз отколку пренасочување од традиционалните трговски партнери кон нови. Проширувањето на трговијата на овие пазари ја намали и нестабилноста на производството на ранливите економии. Сепак, не сите производи и земји имаа полза во иста мера од овие нови пазарни можности. Извозот од



африканските земји во земјите во развој е концентриран на примарните производи, посебно нафтата. Овој тренд е особено евидентен во извозот од Африка во Азија. Во 2012 година, горивата сочинуваат околу 69% од целиот извоз од Африка во овие земји, споредено со учеството од 65% во извозот во развиените земји. Покрај тоа, учеството на примарните производи (вклучувајќи храна, земјоделски производи, производи од рударство и нафта) во извозот од Африка во Азија достигна 90% во 2012 година споредено со 82% во развиените земји. Од друга страна пак, размената меѓу Азија и Африка е концентрирана на неколку земји. Имено, околу 80% од увозот на Азија од Африка потекнува од три земји: Ангола, Нигерија и Јужна Африка.

Заклучок

Во текот на изминатите 15 години, евидентна е растечката улога на земјите во развој во меѓународната трговија. Трговската отвореност на широк спектар на сектори е составен дел на овој процес. Пристапот до овие пазари претставува огромна можност за останатите земји во развој. Трговијата има централна улога во намалувањето на сиромаштијата за милиони луѓе во светот и овозможува да се постигнат многу од милениумските развојни цели на ОН. Интегрирањето во глобалната економија како резултат на трговската отвореност, овозможи економски успех за многу земји во развој. Светската трговска организација има клучна улога во целиот процес, преку креирање на трговска рамка со јасно дефинирани правила, овозможувајќи им на земјите во развој да ги искористат поволностите од преференцијалниот третман.



Користена литература

- [1]. Grossman, G. M. and Helpman, E. (1991), *Innovation and Growth in the Global Economy*, Cambridge, MA: MIT Press.
- [2]. Martin, P. and Rogers, A. C. (2000), “Long-Term Growth and Short-Term Economic Instability”, *European Economic Review* 44(2): 359-381.
- [3]. Peretto, P. F., 2003 “Endogenous Market Structure and the Growth and Welfare Effects of Economic Integration”, *The Journal of International Economics*, 60(1): 177-201.
- [4]. Rivera-Batiz, L. A. and Romer, P., 1991, “Economic Integration and Endogenous Growth”, *The Quarterly Journal of Economics*, 106(2): 531-555.
- [5]. Tang, M.-K. and Wei, S.-J. (2009a), “The Value of Making Commitments Externally: Evidence From WTO Accessions”, *Journal of International Economics* 78(2): 216-229.
- [6]. Ventura, J., 1997 “Growth and Interdependence”, *The Quarterly Journal of Economics*, 112(1): 57-4.
- [7]. World Trade Organization (WTO) (2014), *World Trade Report 2011: Trade and development: recent trends and the role of the WTO*, Geneva: WTO



ЗНАЧЕЊЕТО НА СТРАТЕШКОТО МЕНАџЕРСКО СМЕТКОВОДСТВО КАКО ПОЗИТИВЕН ИНДИКАТОР ВО СОВРЕМЕНОТО БИЗНИС ОКРУЖУВАЊЕ

д-р Благица Колева¹
д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска²

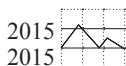
Краток извадок

Управувањето со организацијата претставува универзален процес во модерниот индустриски свет, кој се однесува, пред сè, на сите преземени активности во рамките на работната организација. Во секоја организација е потребно да се донесуваат најразлични одлуки, да се координираат различни активности, да се поставува одреден позитивен однос со луѓето, како и да се комуницира со опкружувањето. Голем број на активности за управување имаат свои карактеристични приоди за решавање на специфични проблематики и предизвици. Како резултат на тоа, иако на ниво на организација се зборува за единствен менаџментски пристап, сепак контролата на системот на секоја компанија е составена од повеќе управувачки под системи, што има за цел потреба од стратешко делување. Менаџирањето со организацијата станува сè повеќе важно, а менаџирањето е особено корисно при различни активности во организацијата, како што е придонесот кон сметководствениот процес, финансиите, маркетингот и други процеси кои истовремено се случуваат во организацијата. Следствено, менаџерското сметководство има за цел, во рамките на организацијата да утврди, пред сè, која одлука е потребно да се донесе, притоа да се дефинира конкретниот проблем, да се обезбедат соодветните податоци во таа насока, да се изврши анализа на добиените резултати и податоци, како и да се извршат одредени прогнозирања на резултатот од донесената одлука.

Клучни зборови: менаџерско сметководство, бизнис опкружување, организација, сметководствен процес, финансии, корелација.

1) Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет, ул. „Крсте Мисирков“ бр.10-А, Штип, Р. Македонија, blagica.koleva@ugd.edu.mk

2) Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет, ул. „Крсте Мисирков“ бр.10-А, Штип, Р.Македонија, olivera.trajkovska@ugd.edu.mk



THE IMPORTANCE OF THE STRATEGIC MANAGERIAL ACCOUNTING AS A POSITIVE INDICATOR IN THE MODERN BUSINESS ENVIRONMENT

**Ass.Prof. Blagica Koleva, Ass. Prof. Olivera Gjorgieva-Trajkovska
Faculty of Economics, “University Goce Delcev”, Shtip**

Abstract

Management organization is a universal process in the modern industrial world, which above all refers to all the activities taken within the organization. In every organization, it is necessary to make different decisions, to coordinate different activities, to set a certain positive relation with the people as well as to communicate with the surrounding. A great number of management activities have their own distinctive approaches to solve specific issues and challenges. As a result of that, although within the organization it refers to an unique management approach, the control of the system in every company is consisted of many controlling subsystems which aim at strategic action. The managing with the organization becomes more important, and it is particularly useful in various processes in the organization, such as the contribution to the accounting process, finance, marketing and other processes which simultaneously occur in the organization. Consequently, the managerial accounting aims to determine within the organization, first, which decision is needed to be achieved, then to define the specific problem, to provide the relevant data in order to analyze the results and data, and to perform certain predictions about the effects of the decision brought.

Key words: *managerial accounting, business surrounding, organization, accounting process, finance, correlation.*

Вовед

Овој труд има за цел да ја разгледа проблематиката на менаџерското сметководство во доменот на современото бизнис опкружување, со цел да се истакнат позитивните индикатори кои придонесуваат за одржливост на реалната состојба во организациски цели, се во доменот на финансиите и сметководството. Стратешкото менаџерското сметководство претставува особено осетлива тема за секоја компанија, како резултат на тоа што не секогаш крајната одлука е како првично замислената. Односно, во организацијата секогаш постои одредена работна политика (основна, тековна, развојна), при што целта е да се донесе соодветна одлука за



успешна реализација. Ова особено се однесува на фактот што секоја одлука донесена во организацијата е, пред сè, од финансиска природа, односно секое нејзино дејство има удел и влијание на основните финансиски принципи – економичност, ликвидност, сигурност, независност и профитабилност. Успешната реализација на стратешкото менаџерско сметководство се заснова на управување со соодветен информациски систем, согласно со полето на интерес. Поточно, некои методи кои се користат во менаџерското сметководство се базираат на информации кои може да се групираат во три области: информации во согласност со целите на стратешкото планирање на организацијата; информации за потребите на контролата на менаџирањето во сметководствениот процес, како и тековни информации. Сето ова е потребно со цел реализација на квалитетен процес на сметководствено менаџирање³.

Стратешкото менаџерското сметководство, разгледано како позитивен индикатор во современото бизнис опкружување е особено опширна тема, и токму поради тоа целта на овој труд е да ја претстави на што поедноставен начин. Научната тежина ќе биде достигната преку изнесување на погледи и размислување на теоретичари и аналитичари за значењето на стратешкото менаџерско сметководство за секоја современа компанија, односно влијанието и улогата на сметководствениот систем за организацијата, при обликување на сопствената стратешка поставеност.

Стратешка поставеност на менаџерското сметководство

Менаџерското сметководство има три основни цели⁴:

1. да овозможи распределба на трошоците помеѓу трошоците од продадените производи и трошоците за внатрешно и надворешно известување на реалната состојба на организацијата;
2. да обезбеди релевантни информации за донесување на менаџерските одлуки;
3. да обезбеди информации кои ќе помогнат во планирањето, контролата и евалуацијата на перформансите.

Станува збор за особено важни и критички барања на сметководствените системи, кој од традиционалната гледна точка ги користи внатрешните информации за да ги реализира овие барања, при што се увидува главниот недостаток на функционирањето на традиционалното

3) Kaplan S.R., Anderson S.R., Time Driven Activity Based Costing, Harvard Business School Press, Boston Massachusetts, 2007, pp. 129

4) Charles H.Gibson, Financial Reporting Analysis, Eighth edition, South Western College, 2004, pp. 78

менаџерско сметководство. Првата цел е во согласност со барањата за финансиско известување, а главниот пропуст на традиционалното менаџерско сметководство е што техниките кои се користени се ориентирани кон задоволување на барањата за финансиско известување, многу повеќе отколку обезбедување на информации кои ќе им помогнат на менаџерите да донесат подобри одлуки, што е втората важна цел во овој процес на функционирање⁵. Дополнително се увидува дека голем дел од информациите коишто се предвидени за втората и третата цел доаѓаат од внатрешни извори и историски податоци, коишто се исто така посочени како нефлексибилни и не ги задоволуваат надворешните фактори, како што се клиентите и конкуренцијата.

Со цел менаџерското сметководство да биде повеќе стратешки насочено, потребно е да се обезбедат информации со надворешен и со внатрешен фокус, кои ќе бидат повеќе насочени кон идни предвидувања, отколку кон минати настани. Сметководствената функција е една од функциите на сложениот систем каков што е организацијата, а може да се одреди како „регистрација, класификација, агрегација и толкување на економските трансакции“⁶. Со цел една организација да ги постави основните принципи на менаџерското сметководство, потребно е да се анализираат сметководствените принципи: сметководство, сметководствено планирање, сметководство и мониторинг и сметководствена анализа. Менаџирањето со сметководствените услуги претставува „собирање, уредување, почетна подготовка и презентирање на податоци за иднината на бизнисот“⁷. При ова менаџирање не станува збор за изборот на соодветна метода при планирањето. Крајната цел на сметководственото планирање е изработка на различни прелиминарни сметководствени проценки. Понатаму, сметководствениот надзор (контрола) претставува оној дел од процесот на стратешко менаџирање на сметководството, каде што се поставуваат сметководствените извештаи. Во рамките на овој сметководствен надзор е вклучен надзорот на целокупниот бизнис на организацијата, од аспект на спроведување на економската и финансиска регулатива. Сметководствената анализа, во стратешкото менаџерско сметководство е претставена како почетна точка за користење на информациите, книговодственото и сметководственото

5) Bhimani A., Management accounting in the Digital Economy, Oxford-University Press, 2003, pp. 45

6) Atkinson A.A., Bunker R.D., Kaplan R.S. and Youngf, Management Accounting, Prentice Hall, Inc., New Jersey, 1997, pp. 32

7) Horngren, Foster, Datar: Cost Accounting, Prentice Hall, 1997



планирање. Основна задача на сметководствената анализа е да помогне во оценување на движењето на одредени феномени за можните правци и интензитет на делување на одредена појава, како и причините кои довеле до таквата појава. Кога станува збор за сметководствените информации, потребно е да се покаже дека тие служат како основа за донесување на работни одлуки, но и како средство за контрола. Стратешкото менаџерско сметководство укажува на фактот дека сметководствените информации не треба да се поистоветуваат со процесот на одлучување. Одлучувањето е дел од процесот на менаџирање, а сметководството нема никакви овластувања од доменот на менаџирање со организацијата, но сепак има обврски да придонесе преку обезбедување на соодветни информации врз основа на кои ќе се донесе деловната стратегија. Почнувајќи од ова, во стратешкото менаџерско сметководство постојат три групи на информации на кои е потребно да се обрне внимание: (1) информации за стратешко одлучување, (2) информации за тактичко одлучување, (3) информации за оперативно одлучување. Сите три видови на сметководствени информации ја сочинуваат основата на донесувањето на стратешки, тактички и оперативни одлуки во процесот на стратешкото менаџирање.

Инкорпорирање на стратешки идеи во менаџерското сметководство

Стратешкото менаџерско сметководство се користи за да се опише процесот на обезбедување и анализа на управување со сметководствените податоци во врска со бизнисот и неговите конкуренти, со цел истите податоци да се искористат во прогнозирање на развојот и евалуација на бизнис стратегијата. Во овој контекст, особено е важно дата базата на податоци за клиентите да се користи за специфични потреби и таргетирања на индивидуалните клиенти, врз основ на шемата на нивни побарувања и потрошувачка. Следствено, главната идеја на стратешкото менаџерско сметководство е укажување подеднакво на финансиските и нефинансиските показатели за реалната состојба на организацијата, како од внатрешен така и од надворешен аспект. Традиционално, менаџментот и сметководството се претставени како систем на анализа на реалните трошоци на деловната природа и технолошките задачи. Новитетот на стратешкото менаџерско сметководство посочува на фактот дека организациите, без оглед дали се од ист или од различен домен на делување, може да одберат различна стратегија за поставување контрола на менаџментот и сметководството во една организација⁸.

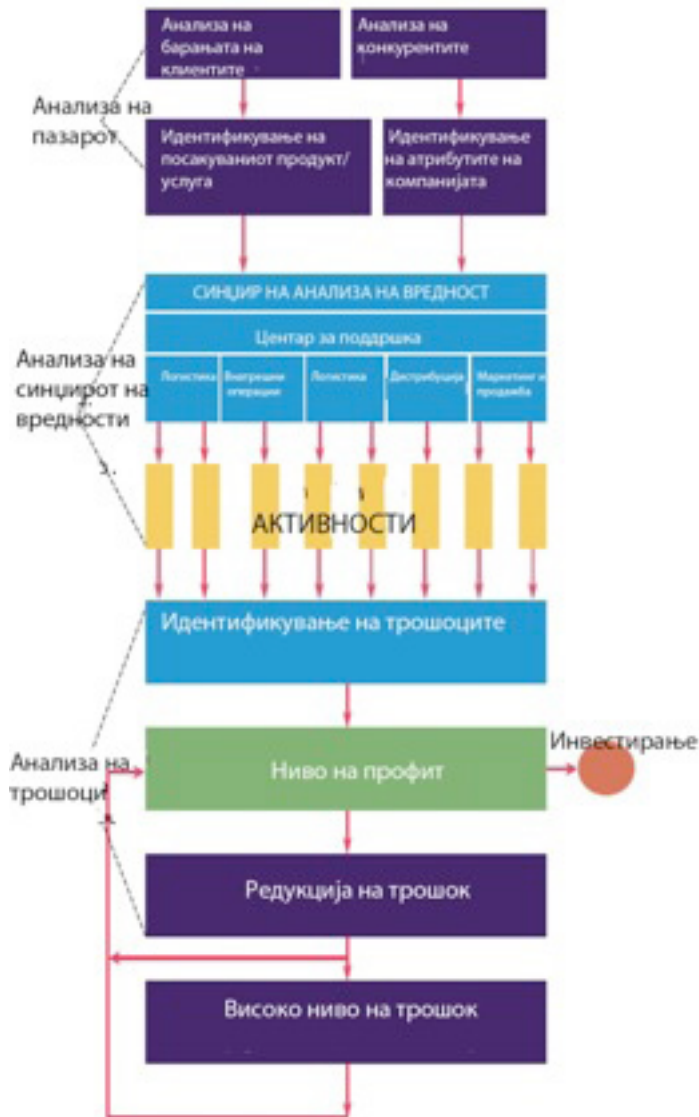
8) Belverd E.Needles, Susan V.Crosson, Managerial Accounting, Houghton Mifflin Company, 2005, pp. 15

Стратешкото менаџерско сметководство има за цел да го потенцира значењето на ефикасноста управување со сите сектори во една организација. Притоа, во една организација менаџерите можат да имаат слобода на избор на соодветна технологија и избор на производи/услуги кои се потребни на пазарот, а во тоа е всушност и најголемата разлика помеѓу традиционалното и стратешко менаџерско сметководство. Тоа значи дека организацијата нема пасивно да се адаптира на пазарот туку, врз основа на добиените внатрешни и надворешни информации преку стратешките извештаи на менаџерското сметководство ќе се направи анализа на технолошките и организациски околности и ќе се овозможи реална приспособливост на потребите на пазарот.

Во некои компании, стратешкото менаџерско сметководство претставува целосна инволвираност на организацијата во процесот на управување, отколку да се дозволи само проток на информација од врвот – надолу. Во бизнис моделот и интегрирањето, менаџментот и сметководството можат да се користат во рамките на организацијата но и помеѓу организацијата и клиентите и соработниците. Во многу аспекти, пак, стратешкото менаџерско сметководство може да вклучи нови апликации на постоечките пристапи отколку да користи целосно нов пристап и техники. На пример, стратешкото менаџерско сметководство коешто е насочено кон мерење на трошокот на конкуренцијата може да ги користи истите техники како за внатрешна така и за надворешна анализа, бидејќи на тој начин организацијата тежнее да изгради релативна позиција на пазарот и релативен трошок. Подигнувањето на свеста на конкурентите е главната особина на стратешкото наспроти традиционалното менаџерско сметководство. Односно, една организација не само што треба да ја разбере својата стратегија, потребно е да ја разбере и стратегијата на конкурентот.

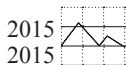
Дискусија

Стратешкото менаџерско сметководство преку своите техники воспоставува и реална можност за донесување на директни стратешки одлуки коишто ја засегаат целокупната организација. Стратешките одлуки донесени на овој начин можат да се моделираат во согласност со финансиските и стратешки анализи. Следствено, организацијата одлучува на кој пазар ќе пласира свои производи, понатаму преку оценка на потребите на клиентите има директен увид во својата положба на пазарот и својата конкуренција, а исто така и генерира можности за нови инвестиции поврзани со обемот на продажба.



Слика 1. Системска анализа на стратешко инвестирање врз основа на менаџмент – стратешко сметководствени податоци

Извор: Charles T. Horngren, Cost accounting, PRENTICE HALL, Upper Saddle River, 1997, стр. 44



Системите за менаџерско сметководство ги изнесуваат податоците од работењето користејќи ги финансиските и нефинансиските мерки. Овие системи, исто така, имаат голем удел во планирањето на идните операции на организацијата. Меѓусебниот однос на овие системи во рамките на организацијата, односно поголемата интерактивност ќе овозможи подобар увид во реалните трошоци за производите, како и увид во реалната состојба на испорака на производот. На овој начин се промовираат две од многуте мерки во менаџерското сметководство. Трошокот е пример за мерка изразена во финансиска смисла, додека пак времето на испорака на производот е пример за оперативна мерка. Интерактивноста на системите на менаџерско сметководство ќе овозможи полесен опфат на реалната состојба на организацијата, како и можност за стратешко планирање на идните трошоци при производство и продажба на одреден производ/услуга.

Системите на стратешко менаџерско сметководство нудат мерење, собирање, известување, толкување и презентирање на податоци согласно со внатрешната и надворешна поставеност на организацијата. Станува збор за примена на формални процедури кои го водат и уредуваат овој процес на мерливост на реалната состојба. Сепак, примената на овие процедури претставува и одреден проблем за организацијата, бидејќи постојат различни алтернативни методи за мерење на еден ист феномен. На пример, цената на производот или пак профитабилноста на клиентот може да се измери со користење на различни методи. Слично на тоа, квалитетот, пак, може да биде измерен преку користење на различни методи. Секоја алтернатива е веродостојна мерка и секоја од нив може да биде корисна под одредени услови. Со цел да се поседува стратешка вредност, менаџментот и сметководството мора да помогнат во остварувањето на три стратешки цели на организацијата, односно квалитет, цена и време за обезбедување на информации кои:

1. ги поврзуваат дневните активности на менаџерите со стратешките цели на организацијата;
2. им овозможува на менаџерите ефикасно вклучување во целокупната организација, како внатрешно така и надворешно, однос со клиенти, добавувачи, дилери и соработници за постигнување на стратешки цели;
3. посочува на потреба од долгорочен поглед на организациски стратегии и акции.

Клучната точка на поставеноста на стратешкото менаџерско сметководство укажува на одредени проблеми при потребата од секојдневно имплементирање на стратешкиот извештај. Имено, првичните



пречки произлегуваат од големите трошоци за организацијата од аспект на потреба на редовно следење и мониторирање на реалната состојба, како на внатрешно така и на надворешно ниво. Понатаму, стратешката поставеност има потреба од редовна анализа на тековни податоци, како и способни кадри за оперативно управување со истите, со цел да можат да се постават однапред – предвидливи анализи. Управувањето со сметководствените информации им помага на менаџерите да ги постигнат своите цели преку редовно известување и мерливост за состојбата на ресурсите кои тековно се користат; за трошоците во врска со одредени поправки, загуби во продажбата како резултат на слабиот квалитет на производи; загуби поради нови инвестиции со цел зголемување на квалитетот на производот.



Слика 2. Улогата на менаџментот и сметководството во стратешкото дејствување во организацијата

Извор: Anthony J. Kambino, *The Make-or-Buy-Decision*, New York: Institute of Management Accountants, 1994, стр. 186

Сепак, за да се постигнат овие анализи, потребна е целосна обука на раководниот тим на организацијата, како и на вработените кои се директно инволвирани во процесот на изготвување на стратешки извештај на менаџерското сметководство. Уште повеќе, доколку системот на организацијата тежнее кон задржување на стратешката цел, а истата не е сведена на редовна анализа на информациите, во тој случај постои можност за настанување на изгубена продажба и профит на организацијата како резултат на несоодветна проценка на неискористените капацитети на организацијата. На овој начин, секоја организација треба да работи на унапредување на своите слабости со цел реална анализа за изборот на соодветна стратегија за имплементирање на стратешкото менаџерско сметководство во секој сектор на организациското дејствување.



Заклучок

Неизвесностите што ги носи современиот деловен амбиент наметнуваат потреба од широк спектар на информации кај менаџерските структури, на кои традиционалното екстерно и историски ориентирано финансиско сметководство не може да даде соодветен одговор. Со тек на време информациските потреби на менаџментот стануваат сè пообемни, што резултира со динамичен развој на менаџерското сметководство. Имено, ова сметководство претставува основен извор на релевантни информации кои се подлога за донесување многубројни стратегиски, оперативни и тактички одлуки. Поради тоа, менаџерското сметководство има круцијална улога во ефикасниот управувачки процес, односно тоа претставува интегрален дел од управувачкиот процес. Неговата улога во управувачкиот процес се состои во соодветно распоредување и искористување на ресурсите при креирање ефикасни стратегии што ќе го поддржуваат процесот на реализација на поставените цели, како и промените во нив за да се оствари организациски опстанок и успех. Ова сметководство не претставува само услужна рака на менаџментот, туку дека тоа е дел од врвниот менаџерски тим и активно учествува во корпоративното управување насочувајќи го кон највисоки остварувања на деловните субјекти.

Современите деловни субјекти соочувајќи се со глобалната конкурентска борба, сè повеќе го зголемуваат интересот за следење на екстерното конкурентско опкружување. Всушност, зголемените информациски потреби на менаџментот во функција на стратегиското управување наметнале потреба за надополнување на интерните информации со екстерните, за постудиозен пристап на промените што се случуваат во новото производствено и конкурентско опкружување и остварувањето на одржлива конкурентска предност. Посочувањето на значењето на менаџерското сметководство за организацијата резултира со истакнување на неговата приоритетна улога при планирање на долгорочната стратегија на организацијата. Следствено, улогата на стратешкото менаџерско сметководство има за цел постигнување на целосен увид во работата на организацијата, како од внатрешен аспект, односно целосна координираност со работата на секторската поставеност, така и од надворешен аспект, односно одржувањето на пазарот, улогата на клиентите, увид на нивните реални потреби и барања, како и увид во состојбата на конкуренцијата.



Користена литература

- [1]. Ангелова Биљана, Систем на сметководствено планирање на трошоците и финансискиот резултат во претпријатијата, Скопје, 2001
- [2]. Anthony J. Kambino, The Make-or-Buy-Decision, New York: Institute of Management Accountants, 1980
- [3]. Anthony A. Atkinson, Management accounting, PRENTICE HALL, Englewood Cliffs, New Jersey, 1995
- [4]. Anthony R., Reece J., Hertenstein J., Accounting: Text and Cases, Irwin, Chicago, 1995
- [5]. Atkinson A.A., Bunker R.D., Kaplan R.S. and Youngf, Management Accounting, Prentice Hall, Inc., New Jersey, 1997
- [6]. Belverd E. Needles, Susan V. Crosson, Managerial Accounting, Houghton Mifflin Company, 2005
- [7]. Bhimani A., Management accounting in the Digital Economy, Oxford-University Press, 2003
- [8]. Charles T. Horngren, Alnoor Bhimani, Srikant M. Datar, George Foster, Management and Cost Accounting, Prentice Hall, 2005
- [9]. Charles H. Gibson, Financial Reporting Analysis, Eighth edition, South Western College, 2004
- [10]. Kaplan R., Atkinson A., Advance Management Accounting, third edition, Pearson Education, 1998
- [11]. Kaplan S.R., Anderson S.R., Time Driven Activity Based Costing, Harvard Business School Press, Boston Massachusetts, 2007



УДК: 657.6-051(497.7)
657.6-051(100)

Стручен труд

РЕВИЗОРСКАТА ПРОФЕСИЈА ВО МАКЕДОНИЈА И ВО СВЕТОТ

доцент д-р Јанка Димитрова¹
Драгица Мицовска-Шукриева²

Краток извадок

Ревизијата претставува независно испитување на финансиските извештаи на деловните субјекти, банки или други организации и врз основа на тоа испитување, давање независно мислење за веродостојноста на тие извештаи, а во согласност со барањата на поставената задача пред ревизорот, како и во согласност со соодветната законска и професионална регулатива. Со ревизијата се потврдува точноста на тврдењата во финансиските извештаи за сеопфатност, точност, постоење, случување, вреднување, мерење, права и обврски и презентирање и обелоденување.

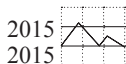
Целта на ревизијата е да им обезбеди на заинтересираните страни докази за веродостојноста на одредени информации, што се добиени од оние на кои им е доверен имотот на друштвото. Менаџментот на деловниот субјект е должен да креира и спроведе сметководствена евиденција и да се грижи за изготвување на финансиските извештаи во согласност со општоприфатените стандарди и рамка за финансиско известување.

Ревизијата како професија еволуирала во современа научна дисциплина која се практикува насекаде во светот и континуирано се работи на: подобрување (надоградување) на меѓународните ревизорски стандарди, континуирано стручно усовршување на овластените ревизори, почитување на кодексот на етика на овластените ревизори и одржување на дигнитетот на професијат.

Клучни зборови: *ревизија, финансиски извештаи, ревидирање, мислење, стандарди.*

1) Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип janka.dimitrova@ugd.edu.mk

2) постдипломец на Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип dragica01@live.com



AUDITING PROFESSION IN MACEDONIA AND THE WORLD

Assistant Prof. Janka Dimitrova³
Dragica Micovska Sukrieva⁴

Abstract

The audit is an independent examination of the financial statements of business entities, banks and other organizations and based on that examination, providing independent opinions on the reliability of those statements, in accordance with the requirements of the task before the auditor and in accordance with relevant legal and professional regulation. The audit confirmed the accuracy of claims in the financial statements for the comprehensiveness, accuracy, existence, occurrence, valuation, measurement, rights and obligations and presentation and disclosure.

The purpose of the audit is to provide stakeholders evidence about the authenticity of certain information obtained from those entrusted with the assets of the company. The management of the business entity is obliged to create and implement accounting records and to take care of the preparation of financial statements in accordance with generally accepted standards and financial reporting framework.

Auditing as a profession has evolved into a modern scientific discipline that is practiced around the world and is continually working on: improvement (upgrading) of international auditing standards, continuing professional development of certified auditors, compliance with the code of ethics of certified auditors and maintaining the dignity of profession.

Keywords: *audit, financial reporting, review, opinion, standards.*

Вовед

Ревизијата како современа и професија во континуиран развој има за цел да обезбеди достатен и соодветен ревизорски доказ врз основа на кои ќе издаде независно ревизорско мислење дека информациите во финансиските извештаи се веродостојно презентирани, односно дека финансиските извештаи не содржат материјално значајни пропусти и грешки. Како поим зборот ревизија потекнува од латинскиот збор „revidere“ што преведено значи „да се испита“, „да се изврши преглед“

3) Faculty of economics University „Goce Delcev“ Stip janka.dimitrova@ugd.edu.mk

4) graduate of Faculty of economics University „Goce Delcev“ Stip blagica.jovanova@ugd.edu.mk



и од новолатинскиот „revisio“, што значи „повторно да се прегледа. Ревизијата претставува независно испитување на финансиските извештаи на претпријатијата, преку креирање и издавање на независно ревизорско мислење, во согласност со законската регулатива и Меѓународните ревизорски стандарди.

Ревизорот го искажува мислењето во ревизорскиот извештај за ревидираните финансиски извештаи. Корисниците на ревизорскиот извештај (купувачи, добавувачи, кредитори, инвеститори, работници, државни органи, целокупната јавност и др.), истиот го користат во донесувањето одлуки. Според меѓународните ревизорски стандарди (МРС), ревизијата е дефинирана како „целта на ревизијата на финансиските извештаи е да овозможи ревизорот да изрази мислење дали финансиските извештаи се изготвени според сите значајни аспекти, во согласност со утврдената рамка за финансиско известување“⁵.

Дефинираната цел укажува дека работата на ревизорот се состои од плански сет на задачи, што ќе му обезбедат соодветен доказен материјал, врз основа на кој ќе може да формира и изрази соодветно мислење за финансиските извештаи. Тие задачи опфаќаат планирање на ревизијата, прибирање на податоци, изведување на адекватни ревизорски постапки врз прибраните податоци, вреднување на резултатите од тие постапки и оценување на финансиските извештаи во целина⁶.

Почетоци на ревизијата во Р.Македонија

Потребата од ревизијата како професија во Р.Македонија се појавила од осамостојувањето, поточно со започнување на процесот на приватизацијата. Како претходник на ревизијата, во 1990 г. се јавува инспекцијата која ја извршувала службата за општествено книговодство, чишто зачетоци потекнуваат уште од поранешна Југославија. Меѓутоа нејзината крајна цел во целост се разликувала од ревизијата, односно нејзината цел не била да изразува мислење туку да ја испита законитоста на работењето.

Функционирање на ревизорската професија во Р.Македонија

Ревизорската професија во Македонија е регулирана со Законот за ревизија со кој се пропишуваат условите за вршење на дејноста ревизија. Според овој закон: „Ревизија е независно испитување на финансиските

5) Меѓународни ревизорски стандарди, „Сл. весник на РМ“, бр. 92/2005

6) М-р Јанка Димитрова: Теоретско методолошки аспекти на независните ревизорски тестови и нивната функција во имплементацијата на фундаменталните концепти во ревизијата; магистерски труд; 2005 г.; стр.17

извештаи и финансиските информации, со цел да се изрази мислење во врска со нивната вистинитост и непристрасност и нивната усогласеност со усвоените Меѓународни сметководствени стандарди и Меѓународните стандарди за финансиско извештавање објавени во „Службен весник на Р.Македонија“⁷. Во Република Македонија во 2006 г. е основан Институт на овластени ревизори каде што членуваат овластени ревизори, овластени ревизори-трговци поединци и друштва за ревизија. Институтот го промовира континуираното квалитетно издигање на ревизорската професија. Притоа Институтот има за задача да го води регистарот на овластени ревизори. Во регистарот се содржани податоците на овластените ревизори како и регистарскиот број на секој од нив. Институтот ја утврдува програмата за полагање на испитот со чиешто положување кандидатот се стекнува со звањето овластен ревизор. Според Законот за ревизија: „Лиценца за овластен ревизор му се издава на лице кое стекнало уверение за ревизор и има најмалку три години искуство на работи на ревизија од кои две години под надзор на овластен ревизор“⁸. Во Р.Македонија со Законот за трговски друштва и во Законот за сметководство, е пропишано кои правни лица се обврзани на задолжителна ревизија на финансиските извештаи.

Ревизијата во Р.Македонија се спроведува според прифатените Меѓународни ревизорски стандарди. Содржината на стандардите постојано се следи и се врши промена на истите. Процесот на ревизија започнува кога ревизорот ќе го прифати барањето за ревизија од страна на клиентот, така што прифаќањето го потврдува со ревизорско писмо. Ревизорот, со својот ревизорски извештај претставува врска меѓу корисниците на финансиските извештаи и менаџерскиот тим на деловниот субјект, чии финансиски извештаи се предмет на ревизија. Менаџментот ги изготвува финансиските извештаи што се предмет на испитување на ревизорот, и истиот е одговорен за нивната точност. Ревизорот врши ревизија на тие финансиски извештаи и неговата одговорност е да даде мислење за точноста и исправноста на финансиските извештаи. Во текот на ревизијата, доколку се јави потреба, ревизорот сугерира определени промени што менаџментот треба да ги вклучи во финансиските извештаи, така што менаџментот изработува приспособени финансиски извештаи. Врз основа на извршената ревизија на финансиските извештаи, ревизорот формира (дава) мислење коешто може да биде:

- мислење без резерва - безусловно мислење;
- безусловно мислење со нагласување на одредено прашање;

7) Закон за ревизија („Сл.весник на РМ“ бр.79/2005)

8) Закон за ревизија (Пречистен текст, „Службен весник на РМ“ бр. 184/2014), член 23



- мислење со резерва;
- воздржување од давање мислење и
- негативно мислење.

Откако ќе ја изврши ревизијата, ревизорот е должен да го изрази своето мислење и тоа во форма на ревизорски извештај. Ревизорскиот извештај, според Законот за ревизија, треба да ги има следните компоненти:

- вовед,
- опис на делокругот на ревизијата,
- ревизорско мислење
- упатување на кои било прашања на кои овластениот ревизор укажал без да го квалификува ревизорското мислење и
- мислење во врска со конзистентноста на годишниот извештај за работа на субјектот на ревизија со годишната сметка и финансиските извештаи.⁹

Развој на ревизијата во светот

По индустриската револуција во В.Британија (1780 г.) и големите промени на економски план, веќе почнала да се развива идејата за една ваква професија како ревизијата, бидејќи индустриската револуција довела до појава на големи индустриски претпријатија кои имале сложена структура, така што овие настани резултирале со голема потреба од книговодствени и ревизорски услуги. Со растот на светската економија во периодот помеѓу 1960-1990 г. е означен брз напредок на технологијата и растот на компаниите. Во 1970 г. ревизорите веќе ја имале заземано својата позиција во подообрување на кредибилитетот на финансиските информации. Понатаму во 1980 г. почнале да се употребуваат аналитичките постапки во процесот на ревизијата, како и утврдувањето на ревизорскиот ризик, односно фокусирање на ревизорот на оние делови во кои веројатноста од постоење грешки е голема. Развивањето и проценувањето на ревизорскиот ризик има големо влијание врз испитување на точноста на ревизорските докази, кои можат да бидат добиени од различни извори.

Најбрз напредок, како и најголеми промени, ревизорската професија бележи во 90-тите години од минатиот век, како резултат на забрзаниот раст на светските економии. Паралелно со нејзиниот напредок започнала да се зголемува и одговорноста на ревизијата во пронаоѓањето на измами. Денес, вака развиената ревизорска професија има за цел да утврди дали финансиските информации, односно финансиските извештаи, од страна на менаџментот се реално и точно презентирани.

9) Закон за ревизија (Пречистен текст, „Службен весник на РМ“ бр. 184/2014), член 34



Ревизијата како професија во балканските земји

Ревизијата во Хрватска

Зачетоците на ревизијата во Хрватска, како и во Македонија, потекнуваат од поранешна Југославија. Ревизијата во Хрватска е регулирана со Закон за ревизија (Zakon o reviziji). Во 2006 г. е оформена Ревизорска комора, која има речиси идентична улога со нашиот Институт за овластени ревизори. Комората има својство на правен субјект со јавни овластувања утврдени со Законот за ревизија. Согласно со Законот за ревизија и Статутот на ревизорската комора, Комората објавува Кодекс на етика за овластени сметководители.

Ревизијата во Србија

Во Република Србија, како во Р. Македонија и Р.Хрватска, ревизорската професија исто така е регулирана со Закон за ревизија. Исто така, постои Комора на овластени ревизори, чијашто цел е унапредување и развој на сметководствената и ревизорската професија, примена на меѓународните стандарди и ревизорската регулатива, како и хармонизација со регулативата. Комората е основана во 2006 г., од кога и официјално започнала со работа. Моделот на работа е заснован на искуства на поголем број западноевропски земји, односно врз основа на работата на телата на земјите-членки на ЕУ. Меѓу другите цели и задачи кои ги спроведува комората се: донесување на програма за обука и тестирање на кандидати за овластени ревизори, издавање, продолжување и одземање на лиценци и сл.

Ревизијата во развиените земји

Ревизијата во В.Британија

Во Велика Британија и Шкотска постојат сметководствени записи и зачетоци на ревизорската професија што датираат од 1130 година. Постојат податоци дека во 13 век во Англија и во Италија постоела ревизија и ревизори, а во Франција, во тој период, се препорачувала годишна ревизија на сметките. Градот Лондон бил ревидиран уште во почетокот на 13 век, а во 14 век веќе постоеле ревизори и меѓу пратениците¹⁰.

Екстерната ревизија како независна професија во Велика Британија за првпат се појавува во 1855-1856 г.. Во 1976 г. Биле донесени ревизорските стандарди од страна на Комитетот за ревизорска практика (Auditing Committee of Practice), со што била прекината практиката на поголемата флексибилност која дотогаш постоела во поглед на некодифицираните стандарди.

10) Доцент д-р Јанка Димитрова, Ревизија (теоретски и практични аспекти), Универзитет „Гоце Делчев“ - Економски факултет - Штип, 2013, стр.8



Најзначајни ревизорски тела во В.Британија се:

- Институтот на овластени ревизори во В.Британија и Велс,
- Институтот на овластени ревизори во Шкотска,
- Институтот на овластени ревизори во Ирска,
- Привилегираниот сојуз на овластени сметководители.¹¹

Ревизијата во САД

Во САД ревизијата бележи зачетоци на прагот од 20 век, со потекло од Британија. Оттогаш, па сè до денес, постојат многубројни докази за постоењето на ревизијата која, со текот на времето добива уште повеќе на значење, така што денес таа е позната и призната како индивидуална професија, распространета во целиот свет.¹²

Американскиот институт на овластени јавни ревизори (AICPA) е најголемата светска асоцијација, која ја репрезентира сметководствената и ревизорската професија, со повеќе од 400.000 членови во 145 земји, и историско потекло уште од 1887 г. Институтот донесува етички стандарди од областа на ревизијата за приватни компании, непрофитни организации и сл. Освен овој Институт, во САД постојат и други здруженија, комори и друштва од ваков карактер, како државни друштва на овластени јавни сметководители, тела за донесување на сметководствени стандарди и др.

Меѓународните стандарди за ревизија и процесот на хармонизација

Интернационализацијата на светската берза и глобализацијата на светките пазари, доведоа до потреба од заеднички стандарди, кои ќе важат на меѓународно ниво. За ефикасно извршување на сметковоствената и ревизорската професија, донесени се меѓународните стандарди за финансиско известување и Меѓународните ревизорски стандарди. Основната улога на хармонизацијата е задолжителната примена на Меѓународните стандарди за финансиско известување. Меѓународните ревизорски стандарди се клучни за процесот на хармонизација поради тоа што со нив се пропишуваат основните начела и техники на работа, според кои треба да се раководат ревизорите при извршувањето на своите ангажмани.

11) Проф. д-р Благоја Ацески, проф. д-р Бранко Трајкоски - „Интерна и екстерна ревизија“, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола, Економски факултет – Прилеп, 2004

12) Доцент д-р Јанка Димитрова, Ревизија (теоретски и практични аспекти), Универзитет „Гоце Делчев“ - Економски факултет - Штип, 2013, стр.8



Ревизорската професија во иднина

Ревизорската професија бара континуирано усовршување на стручните способности на ревизорите, како и континуирано проширување на знаењата од областа на ревизорската етика, вклучувајќи ги националните и меѓународните стандарди, како и останатите законски регулативи. Со развојот на техниката и технологијата, развојот на професијата се позабрзано ќе се развива, со што ќе се придонесе во напредокот на професијата преку користење на различни алатки и компјутерски програми за подобрување на проценката на ризикот, при собирањето на доказниот материјал, како и воопшто за целиот процес на ревизија. Меѓутоа, ваквиот развој ќе ја наметне потребата од дополнително учење, како и континуирано унапредување на знаењата и вештините на ревизорите кои директно ја извршуваат ревизијата.

Заклучок

Ревизорската професија се развила како резултат на потребата за верифицирање на информациите прикажани во финансиските извештаи и како таква ја има клучната улога во откивањето на грешки и измами при презентирањето на финансиските информации. Ревизорската професија во светот се развила уште по почетокот на индустриската револуција и до денес е во континуиран подем и развој. Како современа професија во Р.Македонија е релативно млада, што значи дека допрва ќе следи нејзино усовршување и напредување на нашите простори. Во поглед на останатите земји Р. Македонија ги следи практиките и искуствата на развиените западноевропски земји, притоа активно применувајќи ги Меѓународните стандарди за ревизија, преку нивно континуирано следење и ажурирање.



Користена литература

- [1]. Ацески, проф.д-р Благоја, Трајкоски, проф.д-р Бранко: интерна и екстерна ревизија, Универзитет „Св Климент Охридски“ - Битола, Економски факултет-Прилеп, 2004
- [2]. М-р Јанка Димитрова; Теоретско-методолошки аспекти на независните ревизорски тестови и нивната функција во имплементацијата на фундаменталните концепти во ревизијата, магистерски труд, 2005
- [3]. Димитрова, Јанка: Ревизија теоретски и практични аспекти, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Економски факултет, 2013
- [4]. Димитрова д-р Јанка: Ревизија - Практикум, Економски факултет - Штип, 2014
- [5]. Закон за ревизија (пречистен текст), Сл. весник на Р.Македонија
- [6]. Закон о ревизији, Србија
- [7]. Zakon o reviziji, Hrvatska
- [8]. Journal of Modern Accounting and Auditing, USA, 2008.
- [9]. Николовски д-р Пеце: Интерна и екстерна ревизија, економски факултет-Прилеп, 2009.
- [10]. www.aicpa.org -АИСПА-Американски институт
- [11]. <http://www.kor.rs/> - Комора овлашчених ревизора Србије
- [12]. <http://www.revizorska-komora.hr/> - Хрватска ревизорска комора
- [13]. <http://www.isew.com/> -Институт на овластени ревизори Велика Британија и Велс.



ЖЕНИ-ПРЕТПРИЕМАЧИ - ПРЕДИЗВИЦИ И МОЖНОСТИ

Татјана Теохарева-Монева¹
проф. д-р Ристо Фотов²

Краток извадок

Жена-претприемач е личност која има дух и креативност, поседува и раководи некое препријатие, притоа носејќи се со сите предизвици и ризици при раководењето. Исто така, жена-претприемач е личност која е доволно храбра да преземе ризик да сопствената идеја ја претвори во стварност. Како мотивациони фактори на жените-претприемачи се: желбата да се направи нешто, потребата од независност, достапност до финансии, финансиски тешкотии. Жените се еден од најпознатите неискористени извори во светот на креативноста и растот. Жените и нивната улога во претприемништвото добиваат сè поголема актуелност како во развиените земји, така и во земјите во транзиција. Секоја жена успешно и квалитетно може да води мал бизнис кој ќе носи финансиски профит и да се избори со сите предизвици кои и стојат на патот.

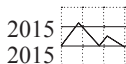
Клучни зборови: *претприемач, претприемништво, мал бизнис.*

Abstract

A woman entrepreneur is a person who has a great spirit and creativity, possesses and manages an enterprise and deals with all the challenges and risks of the management. A woman entrepreneur is also a person who is strong enough to take a risk and make her idea a reality. The motivational factors which lead the woman entrepreneur are: the desire to do something, the need of independence, access to finances, financial difficulties. Women are some of the most known, unused sources of creativity and development in the world. The women and their role in the enterprise are gaining a bigger significance both in the developed countries and in the countries in transition. Every woman can manage a small business with financial profit successfully and with a great quality and to fight against all the challenges that come across the road.

1) ДООЕЛ Месмон Кочани Ул. „Крижовска“ 26, Кочани

2) Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип Ул. „Крсте Мисирков“ бб



Key words: *entrepreneur, enterprise, small business.*

Вовед

Жена-претприемач и претприемништво се поими кои во секојдневниот живот, главно, се поврзуваат со приватен бизнис, но овие поими се далеку пошироки. Претприемништвото претставува посебен начин на размислување, поврзано е со преземање иницијатива и акција, и не е карактеристика само на бизнисот. Жена-претприемач е личност која има дух и креативност, поседува и раководи некое претпријатие, притоа носејќи се со сите предизвици и ризици при раководењето. Исто така, жена-претприемач е личност која е доволно храбра да преземе ризик да сопствената идеја ја претвори во стварност.

Женското претприемништво претставува огромен неискористен извор на иновација, креатор на нови работни места и економски растеж. И јавниот и приватниот сектор низ светот сè повеќе му даваат заслуга на женското претприемништво како една од водечките движечки сили, особено во време на финансиска криза.

Жени-претприемачи и нивните карактеристики

Доколку жените се набљудуваат во професионална смисла, може да се забележат големи постигнувања во секое подрачје, така што во секој случај мора да се констатира дека во светските рамки влијанието на жените континуирано расте. И јавниот и приватниот сектор низ светот сè повеќе му даваат заслуга на женското претприемништво како една од водечките движечки сили, особено во време на финансиска криза. Бизнисите поседувани од жени создадоа 175.000 работни места, наспроти намалувањето од 596.000 работни места на национално ниво во рамките на приватните компании од 2007 до 2013 година. Во истиот овој период бројот на работни места создадени од компании управувани од жени порасна за 59%.³ Бројот на жените бизнисменки расте од ден на ден. Пред само 30 години беше реткост да се најде жена претприемач. Пред 50 години жените од Западот не можеа ни кредит да земат доколку со нив не бил нивниот сопруг или некој друг маж, а да не зборуваме да земат кредит за да направат поголем бизнис зафат. Денес, сè е сменето. Улогата на жени во разни области е зголемена и таа успешно се води со работата. Според истражувањето на Центарот за економско и бизнис истражување до 2020 година 53% од британските милионери ќе бидат жени. Во Канада и Германија постојат повеќе од еден милион жени претприемачи. Во

3) Мади Шарма- членка на Економско-социјалниот совет на ЕУ- <http://www.novamakedonija.com.mk/NewsDetail.asp?vest=11614723112&id=10&setfzdanie=23076>



Шведска тој број се движи помеѓу 28% од новите бизниси. Во Јужна Кореја жените се сопственички и раководат со фирма во 36% од фирмите. Во Англија 26% од вкупниот број претприемачи се жени, а 28% во САД.⁴

Карактеристиките на жените-претприемачи може да бидат вродени и стекнати. Но, во секој случај, она што треба да ја краси една личност која е двигател на еден бизнис, меѓу другото е и:

- **Храброст** - доволно се храбри да преземат ризик;
- **Флексибилност** - доволно се флексибилни во односот со вработените и партнерите;
- **Поседување визија** - поседуваат визија која ја претвораат во реалност;
- **Поседување знаење и вештини** - образовани се и се надградуваат;
- **Одлучност** - одлучни се во донесувањето одлуки;
- **Енергија** - ја користат целата своја енергија за работата;
- **Само доверба** - веруваат во себе и не се плашат од неуспех;
- **Енергија** - поседуваат голема количина енергија што е одржлива во текот на подолг временски период;
- **Доследност** - доследни се во своите одлуки и ги спроведуваат на дело;
- **Оптимизам** - секогаш позитивно гледаат на работите;
- **Иницијатива** - во секој момент се подготвени да преземат иницијатива;
- **Комуникативност** - поседуваат комуникативни способности;
- **Снаодливост** - во секој момент бараат излез од некоја непредвидена ситуација;
- **Иновативност и креативност** - креативни се и иновативни, силно ги донесуваат одлуките, способни брзо да размислуваат;
- **Тимска работа** - работат во тим и го почитуваат мислењето на другите;
- **Постојано учење** - постојано се надградуваат читајќи и посетувајќи обуки;
- **Ориентираност кон резултатите** - убедени се дека ќе ја постигнат целта;
- **Независност** - економски се независни.

Мотиви кај жената за основање и поседување бизнис

Мотивацијата е психолошка карактеристика на една личност која влијае на иднината на личноста, а со која се задоволуваат одредени развојни, економски и социјални потреби на личноста. Личноста е мотивирана да ја задоволи онаа потреба, која во моментот е најсилна. За

4) <http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202012%20Womens%20Report.pdf>



да ги задоволат своите потреби, во последно време жените сè повеќе ја избираат претприемачката кариера со која си поставуваат свои сопствени цели, планираат акции и преземаат заслуги за остварените цели. Во текот на конвенционалната кариера тие работат за друг и се зависни од плановите, целите и финансиите на некои други личности. Жените се мотивирани од повеќе различни push и pull фактори за да станат претприемачи и сами основаат свој бизнис. Ќе наброиме неколку од нив:

- *Обезбедување на егзистенцијата* - жената сè повеќе е столб на семејството и истата се бори да обезбеди егзистенција за себе и своето семејство;
- *Желбата за независност* - жените сакаат да бидат економски независни, т.е. да имаат свој сопствен бизнис;
- *Желба за самодокажување* - жените отсекогаш имаат голема потреба за самодокажување, тие се упорни и борбени, и во ништо не заостануваат зад мажот;
- *Желба за самостојност во однос на мажот* - секоја жена сака да биде економски независна од мажот, зашто таа самостојност понатаму влијае и на иднината на целото семејство;
- *Желба децата да го наследат бизнисот* - жената најчесто се препознава во улогата на мајка и таа сака нејзините деца да имаат што да наследат;
- *Обезбедување на сигурност за староста* - жената не сака да биде нечиј товар кога веќе нема да е работоспособна, едноставно се труди да си обезбеди сигурност;
- *Желба за успех и независност* - најголем број жени имаат потреба и желба да бидат успешни, да имаат своја кариера и да се независни;
- *Потреба од сатисфакција во работата* - жената отсекогаш на работата гледа со емоции и чувствителност, таа едноставно сака да работата што ја работи ја задоволува;
- *Економски потреби* - секоја жена има економски потреби како и мажот, таа за истите бара начин да биде независна.

Да се основа и води свој бизнис за жената претставува животна стратегија и таа кон тоа го насочува целиот свој труд, своето време, своите пари. Основањето и водењето сопствен бизнис жените го гледаат како избор во животот – начин на поврзување на семејните и кариерните потреби. Успешната жена која води свој бизнис е и успешна сопруга и мајка, затоа што нејзиното семејство и нејзините деца се уште поголем двигател во желбата да се успее и истрае.



Жени-претприемачи во Република Македонија

Женското претприемништво во Македонија од аспект на квантитет се наоѓа на исто ниво како и во Европа, но факт е дека степенот на образование е многу повисок споредено со одредени земји. Според Министерството за економија во Македонија во 2013 има 32% жени претприемачи, додека според Светската банка тој број изнесува 30%⁵. Во приватниот сектор нивната застапеност на раководните позиции е под 1%, а само 4% се претприемачи од понежниот пол. Оваа ситуација не е затоа што Македонките не умеат или не знаат како да управуваат со компаниите, туку, пред сè, затоа што сè уште на прво место го ставаат семејството, а менаџерските функции подразбираат многу откажувања од приватниот и од семејниот живот. Најголем процент на жените-претприемачи во земјава се определуваат да водат помали семејни фирми кои бараат и помал работен ангажман. Македонските претприемачки се најмногубројни во помалите и семејните бизниси, а многу помалку ги има во големите компании и институции. Поголемиот број жени-претприемачи се финансиски директорки, потоа директорки на текстилни фирми, сопственички се на приватни здравствени ординации, а во поново време е забележителен нивниот број и во маркетинг-дејноста и комуникациите, каде што има многу квалификуван и квалитетен кадар.

Република Македонија ги има прифатено сите европски упатства за елиминирање на разни форми на дискриминација на населението, вклучувајќи ги и жените и работи во поддршка на женското претприемништво. Донесен е Закон за еднакви можности на мажите и жените, декларации за родова еднаквост, Национален план за акција за родова рамноправност, Прирачник за заштита од дискриминација и др. Во рамки на ова е донесена и програма за женско претприемништво, која има за цел да ги зајакне капацитетите на македонските жени-претприемачи и да придонесе кон креирање на стимулативна средина на поддршка за нивните бизнис активности. Оваа програма ги вклучува следниве компоненти:

- развој на капацитетите на жени-претприемачи преку обука и менторство;
- дневна поддршка при менаџмент и носење одлуки;
- застапување и лобирање за унапредување на специфичните услови за вклучување на жените во претпримеништвото;
- унапредување на јавниот имиџ на жените како лидери и претприемачи.

Владата на РМ според Програмата за развој на претприемништвото, конкурентноста и иновативноста на малите и средни претпријатија

5) <http://www.enterprisesurveys.org/data/exploreconomies/2013/macedonia-fyr#gender>



донесена 2012 година обезбедува и финансиска поддршка за женското претприемништво. Предмет на мерката е субвенционирање на претпријатија во сопственост на жени (над 51%) и управувани од жени државјани на Република Македонија, преку кофинансирање на 60% од докажаните трошоци но не повеќе од 120.000 денари, направени за следните намени⁶:

- набавка на опрема, алати и инвентар;
- уредување/подобрување на деловниот простор;
- грижа/чување на деца од претшколска возраст за жени кои започнуваат сопствен бизнис 60% од трошоците за градинка или дадилка, но не повеќе од 30.000 денари).

Досега се поддржани 36 претпријатија во сопственост на жени и управувани од жени за кои се исплатени вкупно 2.950.277 денари. Иако претставува одредена помош сумите наведени погоре се минимални и секако недоволни за субвенционирање на претпријатијата раководени од жени, а уште помалку оние кои за грижа на децата не смеат да изнесуваат повеќе од 30.000 денари. Имајќи предвид дека просечниот трошок за дадилка се движи од 6.000 до 10.000 денари, со сумата од 30.000 денари ќе се покријат трошоците за 3-5 месечно чување на детето. Ако жената има повеќе од едно дете и истите ги носи во градинка, каде што просечниот трошок е 2.000 денари, повторно сумата од 30.000 денари е сосема недоволна за згрижување на децата. Жените кои се борат за егзистенција за себе и своето семејство, со сума од 120.000 денари може да уредат само дел од некој деловен простор или да набават мал дел од опрема или инвентар. Во иднина треба да се размислува за целосно субвенционирање на вакви фирми или пак за поголеми суми од претходно изнесените.

Финансирање на женското претприемништво

Прв и најсигурен извор на инвестициски капитал во претпријатието се личните средства на претприемачот. Тој капитал го сочинуваат заштедите или вредностите во недвижности како гаранција за позајмици од банки или други институции. Современите инвеститори настојуваат што повеќе да ги насочат претприемачите, во почетокот на претприемничката активност на овој извор на инвестиции. Бидејќи се свесни за ризикот па очекуваат од претприемачот како идеен креатор на бизнисот да го преземе најголемиот дел од ризикот вложувајќи го својот личен капитал. Жените за разлика од мажите во најголем број од случаите имаа помалку сопствени средства на располагање, пред сè поради нивната улога како мајка и домаќинка.

6) [file:///C:/Users/user/Downloads/Sektorska_programa_606403673%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Sektorska_programa_606403673%20(1).pdf)



Меѓутоа, тие пак се похрабри во однос на инвестирањето на сопствените средства и многу често ја користат својата лична заштеда, капитал во недвижности, пензиски фонд, автомобили, колекции и многу други за започнување на бизнис. Исто така, жените кои сакаат да основаат свој бизнис бараат позајмици од банки, а како гаранција го ставаат сопствениот имот или други недвижности со кои располагаат. Друг начин на финансирање се средства од пријатели. Средствата од пријателите е полесно да ги обезбеди жената за разлика од мажот, пред сè поради поголемата доверба кон жената од страна на пријателите. Позајмените средства од страна на пријателите жената ги прифаќа со големи емоции затоа што тоа ѝ покажува дека пријателите веруваат во неа, а истовремено ѝ дава и стимул за нејзин успех и побрзо враќање на истите. Во однос на финансирање од страна на банките, многу банкарите сè уште се скептични кога се работи за жените-претприемачи и потешко им одобруваат кредити, не ги сфаќаат сериозно, но поради докажаните резултати и вроденото внимание на жените тој однос секојдневно се менува. Заемите од банките им помагаат на жените на многу начини и тоа од започнување на бизнисот, па сè до водење и раст на бизнисот. Банките се насочени да им овозможат на жените-претприемачи голема финансиска поддршка. Денес, тие сè повеќе се ориентирани да ги проучуваат бизнисите водени од жени, затоа што тие бизниси се сметаат за значителни и со голем растечки потенцијал. Тука се и фондовите на владите за развој на женското претприемништво, како и финансирање од разни профитни или непрофитни организации.

Инвестирањето во жените е едно од најефективните средства за зголемување на еднаквоста и промовирање инклузивен и одржлив економски развој. Во моментот, на глобално ниво, 48 милиони претприемачки и 64 милиони бизниси се почнати од жени и вработуваат едно или повеќе лица во нивните компании⁷. Во Европа не се евидентираат податоци за да се знае колку жени почнале свои бизниси, меѓутоа се знае дека во Европа бројот на претприемачки е премногу мал. Потребно е што повеќе жени да се охрабрат да почнат свои бизниси за да зајакнат финансиски.

Жените-претприемачи помалку го користат лизингот за финансирање од останатите пазарни извори на финансирање, пред сè поради посложените задолжителни правни норми, иако поголем број од банките во Република Македонија сè почесто го користат лизингот како извор на финансирање, односно кредитирање на заинтересираните претприемачи. Жените-претприемачи сè почесто го користат микрокредитирањето како извор на

7) Мади Шарма - членка на Економско-социјалниот комитет на ЕУ - интервју <http://www.novamakedonija.com.mk/NewsDetal.asp?vest=11614723112&id=10&setIzdanie=23076>



финансирање на нивниот бизнис, пред сè поради поголемата пристапност до микрокредитите и помалиот ризик за успешно враќање на истиот.

Развојни национални програми за поддршка во финансирање на женското претприемништвото

Во областа на бизнисот и економскиот развој на Македонија жените заземаат сè позначајна улога со видливо зајакнат претприемнички дух. Денес сме сведоци на постоењето на многу успешни компании раководени од жени, кои ги разбираат условите на пазарот, ја внесуваат својата креативност во производството и промоцијата и создаваат препознатливи македонски производи и услуги. Во Република Македонија 30% од деловните субјекти се во сопственост на жени⁸. Овие резултати упатуваат на потребата од креирање мерки за поттикнување на женското претприемништво во Република Македонија, особено во делот на зголемување на бројот на вработени во субјектите кои се во сопственост на жени. Клучните политики, кои се препорачуваат, претставуваат обврска на целото општество, почнувајќи од народот и завршувајќи со Владата. Република Македонија има донесено и прифатено неколку развојни национални програми за поддршка во финансирање на женското претприемништвото. Во 2013 година Владата на Република Македонија ја донесе Програмата за поддршка на претприемништвото, конкурентноста и иновативноста на малите и средни претпријатија. Со оваа програма се уредува намената на средствата за поддршка на претприемништвото, конкурентноста и иновативноста на малите и средни претпријатија со вкупен износ од 4.300.000 денари, обезбедени од Буџетот на Република Македонија. Со оваа програма ќе се доделуваат средства на млади претприемачи преку обезбедување средства со ваучерски систем на советување, со самовработување, со промоција на претприемничко образование за изготвување на бизнис план, со организирање на обуки за развој на женското претприемништво, организирање на локални семинари за иновации и претприемништво и др. Сето ова ќе се работи со поддршка на Агенцијата за поддршка на претприемништвото. Од извештајот на Агенцијата за поддршка на претприемништвото во 2013 година се гледа дека мисијата на оваа агенција е развој на претприемништвото и малото стопанство во Република Македонија преку реализација на приоритетни проекти кои ги отсликуваат:

- вистинските подрачја на интервенција согласно со искажаните реални потреби на малото стопанство;
- владината Програма за развој на претприемништвото, конкурентноста и иновативноста на малите и средни претпријатија.

8) http://issuu.com/kapitalmediagroup/docs/zeni_vo_biznisot_2014



Програмски активности кои се остварени во 2013 година се:

- деловно поврзување во земјава и во странство;
- прибирање, обработка и доставување на информации релевантни за МСП секторот;
- воспоставување и одржување врз база на податоци и електронска поврзаност помеѓу регионалните центри за поддршка на претприемништвото;
- реализација на програми од областа на едукацијата, тренингот, обуките и консултантски услуги за МСП секторот;
- организирање трибини, конференции и бизнис форуми;
- спроведување програми за соработка со земјите од регионот и пошироко;
- Спроведување останати домашни развојни проекти
- финансиска поддршка на МСП преку субвенционирано советување (ваучери);
- кофинансирање развојни проекти во соработка со домашни и странски инвеститори и донатори.

Програмата за работа на Владата 2011-2015 година, исто така, опфаќа спроведување на разни мерки, пред сè, за развој на претприемништвото и неговото финансирање. Пристапот до поволни кредити е еден од условите за успешно водење на бизнисот. Во таа насока Владата на Република Македонија во периодот 2012-2015 година за претпријатијата во Македонија ќе обезбеди нова кредитна линија од ЕИБ во вкупен износ од 150 милиони ЕУР поповластена каматна стапка од 5,5%. Исто така, за поголема транспарентност и олеснет пристап до средства ќе се формира регистар на сите грантови кои странските донатори ги нудат и даваат на македонските фирми, невладини здруженија и граѓани, па во тој случај и жените-претприемачи ќе имаат олеснет пристап до тие грантови.

Заклучок

Жената-претприемач е многу добар менаџер и за неа малиот бизнис е голем мотив, предизвик и можност за успех, таа може сама да оформи мал бизнис и со истиот успешно да раководи. Од овој труд може да се заклучи дека жените-претприемачи се креативни луѓе, иноватори кои не мируваат и постојано создаваат, внесуваат нов квалитет, трагаат по промени и по реализација на сопствените идеи. Тие се самоуверени, упорни, амбициозни, остроумни, енергични и флексибилни. Добриот претприемач не се раѓа, тој се создава. Успешниот претприемач е почитуван од своите врстници, верува во себеси, планира, се тестира себеси, креативен е и секогаш го



предвидува својот успех. Вистинската жена-претприемач мора да ги отсрани од мислите зборовите: „не можам“, „не сакам“, „тоа е невозможно“, туку мора да размислува поинаку и да се води од своите соништа. Жените на претприемништвото гледаат како избор во животот, односно начин на поврзување на семејните и кариерните потреби, за разлика од мажот кој на претприемништвото гледа само како бизнис одлука. Заклучено е дека жените за разлика од мажите имаат помалку сопствени средства на располагање, но сепак се похрабри и кога сакаат да започнат свој бизнис многу често како гаранција го ставаат својот имот или други недвижности со кои располагаат. Жената претприемач никогаш нема да ги злоупотреби пријателите при земање средства, но истите полесно ги обезбедува за разлика од мажот, поради поголемата доверба од страна на пријателите кон жената.

Жената како лидер, односно претприемач на својот пат кон успехот се среќава со многу бариери и табуа, и многу успешно се бори со нив. Жената-претприемач на патот кон успехот се среќава со многу предизвици и со сите сили се труди да ги прифати и успешно ги реализира. За жал, потребна е уште поголема борба, уште поголема истрајност и упорност од страна на жените да го покажат тоа. Но, жената претприемач тоа го може!



Користена литература

- [1]. J.A Timmons & Stephen Spinelli: „New Venture Creation Entrepreneurship for 21 Century,, 6 edition, McGrow-Hill, 2004
- [2]. “Lean In: Women, Work and the Will to Lead” (Knopf Doubleday Publishing Group, 2013) by Sheryl Sandberg
- [3]. Promotion of Women Innovators and Entrepreneurship, European Commission, 2008
- [4]. The boss of you: Everything a women needs to start, run and maintain her own business, Emira Mears and Lauren Bacon, Seal Press, 2008
- [5]. Фотов, д-р Ристо: Менаџмент на мал бизнис, Европски универзитет, Скопје, 2006
- [6]. Фотов, д-р Ристо: Финансиски менаџмент, 2010
- [7]. www.womenable.com/content/userfiles/2014_State_of_Womenowned_Businesses_public.pd8. www.kapital.mk/mk/magazin/82422/makedonskite_zhenilideri_vo_biznisot_se_hrabri_i_uporni.aspx
- [8]. http://www.bbc.co.uk/macedonian/news/story/2011/01/110114_france_women.shtml
- [9]. <http://womenentrepreneurshipplatform.eu/our-work/facts-and-figures/>
- [10]. http://www.stat.gov.mk/PrikaziPublikacija_1.aspx
- [11]. <http://www.konkurentnost.mk/StrateskiDokumenti/PEP20132015.pdf>
- [12]. http://www.finance.gov.mk/files/u9/1KEI_K-2-2012.pdf
- [13]. http://www.finance.gov.mk/files/u9/KEI_K-1-2014_mk.pdf
- [14]. <http://www.mrfp.org.mk/mk/za-nashata-rabota/finansiski-uslugi/krediti.html>
- [15]. http://issuu.com/kapitalmediagroup/docs/zeni_vo_biznisot_2014



УДК: 005.51:005.21]:334.72:677(497.731)

Оригинален научен труд

ПЛАНИРАЊЕТО КАКО ПОЧЕТНА ФАЗА ЗА ФОРМУЛИРАЊЕ НА СТРАТЕГИЈА НА ОРГАНИЗАЦИОНИТЕ СУБЈЕКТИ (со посебен осврт на текстилната дејност)

Деспина Бојчева¹
Трајко Мицески

Краток извадок

Деловните ентитети во денешното современо опкружување, кое е исполнето со секојдневни промени, можат да опстануваат само со примена на рационално стратезиско планирање.

Процесот на секојдневното и стратезиско планирање се врши со цел да се трасира патот кон остварување на целите во деловното работење.

Важен дел од овие деловни активности е разбирањето на мисијата и визијата на претпријатието, организациските вредности и култура со цел да се постигне хармонизација, координација и усогласување на преземаните активности за да се подобрат организациските перформанси и оствари максимален деловен резултат.

Во овој труд, преку теоретски и емпириски погледи, е направен осврт на значењето и важноста на планерските и стратезиските активности за животот на деловните ентитети.

Клучни зборови: *план, стратегија, перформанси, имплементација, диверзификација, успех.*

1) Универзитет „Гоце Делчев“, Штип despina.bojceva@ugd.edu.mk



PLANNING AS INITIAL PHASE OF FORMULATING STRATEGIES OF ORGANIZATIONAL ENTITY (*with particular reference to the textile business*)

Despina Bojceva²
Trajko Miceski

Abstract

Business entities in the contemporary environment, which is filled with everyday changes can survive only with the application of rational strategic planning.

The process of daily and strategic planning is done in order to pave the way to achieving goals in business.

An important part of this business is understanding the mission and vision of the company, organizational values and culture in order to achieve harmonization, coordination and alignment. Conquests actions to improve organizational performance and achieve maximum business results.

The meaning and importance of planning and strategic activities for “life” of business entities, through theoretical and empirical views are elaborated in this paper.

Keywords: *plan, strategy, performance, implementation, diversification, success.*

Вовед

Основна карактеристика на современото деловно опкружување е динамичноста на промените, кои треба внимателно да се предвидуваат, анализираат и соодветно да се одговори на истите.

Менаџерите постојано треба будно да ја следат состојбата во опкружувањето и навремено да одговараат на предизвиците со цел да ги намалат или отстранат ризиците кои може да ја попречат ефикасноста и ефикасноста на работењето на претпријатието.

Во деловниот свет менаџерите го употребуваат процесот на планирање заради развивање на програмски активности со цел низ процес на анализа, вреднување и селекција се постигнат поставените деловни цели.

Основна компонента на овој процес е поставувањето на планот во кој прецизно и детално се дефинира почетокот, завршетокот и времетраењето на деловните активности.

2) Goce Delcev University, Stip, Macedonia despina.bojceva@ugd.edu.mk



Успешно утврдениот и имплементиран деловен план придонесува за зголемување на организациските перформанси.

1. Планирањето како клучен процес во остварувањето на ефективно и ефикасно работење

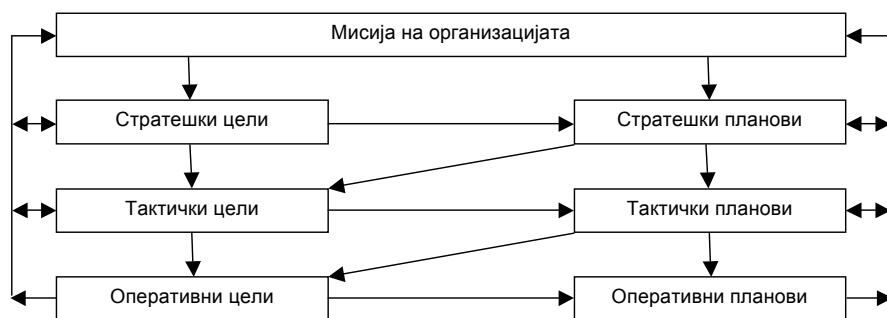
Процесот на планирање е основна и најважна менаџмент функција на менаџерите во претпријатието преку кој менаџерот врши предвидување, прогнозирање и антиципирање на иднината, па како резултат на тоа и изработка на соодветни планови за преземање деловни активности.

Планирањето се дефинира како менаџмент функција преку која се оценува бизнис опкружувањето, за да се постават организациските цели и активностите кои се потребни за нивна реализација.³ Истото се спроведува преку три чекори: дефинирање на целите и мисијата на претпријатието, формулација на стратегијата и нејзина имплементација.

Процесот на планирање е битен фактор кој директно влијае врз деловниот резултат на претпријатието.

2. Поврзаност на организациските цели со процесот на планирање

Целиот процес на планирање се одвива во контекст на средината. Доколку средината не се сфати правилно и реално, тогаш менаџерите и организацијата во којашто работат се осудени на пропаст. Затоа, планирањето започнува од анализирање на средината и факторите кои дејствуваат врз организацијата. Врз основа на оваа анализа се одредува мисијата на претпријатието, од којашто произлегуваат целите и плановите (стратешки, тактички и оперативни цели и планови) на организацијата (слика 1.1).



Слика 1.1. Процес на планирање
Figure 1.1. Planning process

3) R. Gomez-Mejia, L. & B. Balkin, D. & L. Cardy, R. (2008). *Managing the planning process*, Management, New York, page 184;



Целта на планирањето е преку планот да се насочуваат и остварат организациските цели.

3. Креирање и избор на правилна стратегија како основен фактор за успешно работење

Стратегијата претставува детален и сеопфатен план за постигнување на организациските цели и мисијата на претпријатието која ни го покажува начинот на кој менаџерите планираат да ги остварат очекувањата.

Доколку претпријатието нема добро формулирана стратегија, истото не би можело да ги подобри своите перформанси и нема да може да обезбеди свој континуиран развој и напредок во иднина.

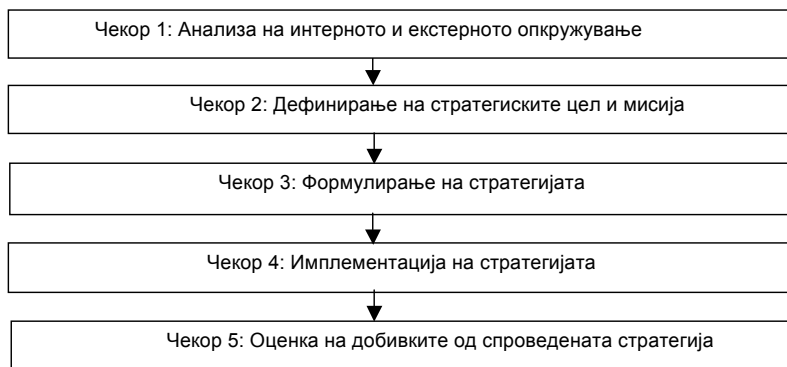
Процесот на формулирање на стратегијата започнува со анализата на факторите кои влијаат врз претпријатието и реализирањето на целите, а произлегуваат од глобалното опкружување.

3.2. Чекори за формулирање на успешна стратегија

Успешноста на формираната стратегија е клуч за добрите деловни резултати и перформанси на претпријатието. Стратегијата во себе треба да ги вклучи начините и методите што ќе бидат употребени за остварување на активностите, а со тоа и на очекуваните резултати. Процесот на формирање стратегија е доста сложен и тежок, потребни се бројни анализи, па затоа тука е потребно да се следи процесот на стратегискиот менаџмент чекор по чекор. Имајќи ја предвид динамичната деловна средина во која опстојува и работи претпријатието, главна одлика на секоја стратегија треба да биде нејзината флексибилност за да во случај на непланирани промени во деловното опкружување претпријатието може да изврши измени во постоечката стратегија согласно со случувањата во екстерното опкружување, а со искористувањето на тој предизвик, шансите за остварување натпросечен економски резултат се доста големи.

Поради сложеноста на формулирањето стратегија, треба да се имаат предвид следниве чекори: анализа на интерното и екстерното опкружување, дефинирање на стратегиските цел и мисија, формирање на стратегија, имплементација на стратегијата и оценка на добивките од спроведената стратегија⁴ (слика 3.2).

4) R. Gomez-Mejia, L. & B. Balkin, D. & L. Cardy, R. (2008). Managing the planning process, Management, New York, page 267



Слика 3.2. Компоненти на стратегискиот менаџмент процес
Figure 3.2. Components of the strategic management process

Секој од овие чекори е поврзан со претходниот и е во меѓусебна зависност, што значи дека пропустот во еден чекор понатаму се пренесува на следниот и на крај не се остваруваат очекувањата. На секој чекор треба да му се обрне посебно внимание преку разработка на сите негови компоненти, негова анализа, обработка и валоризација.

4. Емпириско истражување

Заради поцелосно истражување, извршивме емпириско согледување на извршувањето на планирањето како важен фактор за правилно формулирање на успешна стратегија на организациските субјекти.

Притоа, како посебна хипотеза се постави следнава претпоставка: доколку во организациските субјекти се врши правилно спроведување на процесот на планирање, дотолку повеќе ќе се формулира нивна успешна стратегија.

4.1. Резултати од истражувањето

За емпириско истражување на овој труд беа користени само 3 прашања од спроведениот анкетен прашалник кој се состои од 12 прашања со по три понудени одговори и кој беше користен при изработката на магистерски труд⁵.

5) Деспина Бојчева, магистерски труд, „Планирањето и креирањето на менаџмент-стратегии во организационите субјекти (со посебен осврт на текстилната дејност во Штип)“, УГД, Економски факултет-Штип.



Анкетирањето беше спроведено во периодот на јуни 2014 година, а испитаници беа менаџерите и вработените во претпријатија од текстилната индустрија во градот Штип. За секое прашање од овој анкетен прашалник е извршена пресметка на χ^2 – тестот и коефициентот на контингенција (С).

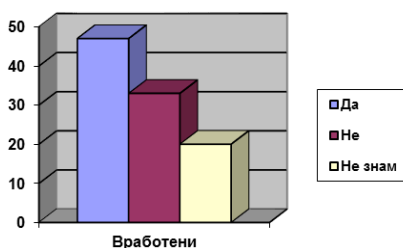
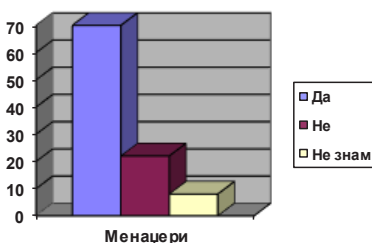
Добиените одговори и резултати од истражувањето се претставени табеларно и графички во текстот што следува.

Прво прашање: Дали сметате дека во Вашата организација се поставуваат реални и остварливи работни планови?

Табела 1.1. Табеларен приказ на првото прашање и добиените одговори за истото

Table 1.1. Table of the first question and the answers to the same

Поставени прашања	Понудени одговори	Поединечни одговори			
		Менаџери		Вработени	
		Вредност	%	Вредност	%
1. Дали сметате дека во Вашата организација се поставуваат реални и остварливи работни планови?	Да	25	70	70	47
	Не	8	22	50	33
	Не знам	3	8	30	20
	Вкупно	36	100	150	100
	Пресметаниот χ^2 -тестот изнесува: 11.864				



Графикон 1.1. Графички приказ на првото прашање и добиените одговори за истото

Chart 1.1. Graphic presentation of the first question and the answers to the same

Вредноста на χ^2 -тестот за првото прашање изнесува 11,864 што е повисока од табличната вредност која изнесува 5,991, со што можеме да заклучиме дека исказите на испитаниците не се совпаѓаат. Коефициентот на контингенција изнесува 0,237 што укажува на тоа дека меѓузависноста помеѓу испитуваните варијабли е слаба.



Како резултат на добиените информации можеме да кажеме дека поставената споредна хипотеза која во прв план ја става поставеноста на реални и остварливи планови за гарантиран деловен успех не се остварува.

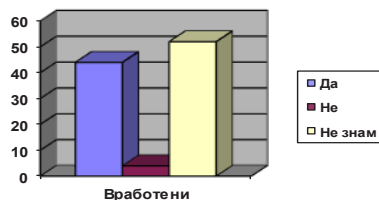
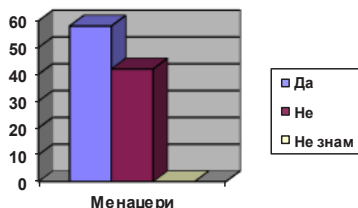
Второ прашање: Дали во процесот на формулирање на плановите во Вашата организација се вршат консултации со кадрите од сите области и нивоа?

Табела 1.2. Табеларен приказ на првото прашање и добиените одговори за истото

Table 1.2. Table of the first question and the answers to the same

Поставени прашања	Понудени одговори	Поединечни одговори			
		Менаџери		Вработени	
		Вредност	%	Вредност	%
2. Дали во процесот на формулирање на плановите во Вашата организација се вршат консултации со кадрите од сите области и нивоа?	Да	21	58	66	44
	Не	15	42	6	4
	Не знам	0	0	78	52
	Вкупно	36	100	150	100

Пресметаниот χ^2 -тестот изнесува: 85.313



Графикон 1.2. Графички приказ на првото прашање и добиените одговори за истото

Chart 1.2. Graphic presentation of the first question and the answers to the same

Исто така и во второто прашање вредноста на χ^2 -тестот е 85,313 што е поголема од табличната вредност (5,991), од што можеме да изведеме заклучок дека исказите на менаџерите и вработените не се совпаѓаат. А и меѓузависноста помеѓу испитуваните варијабли е умерено слаба ($C=0,547$).



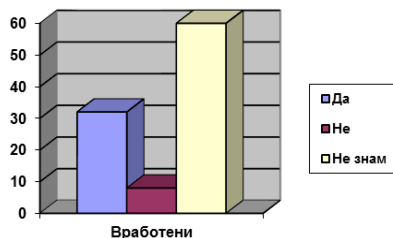
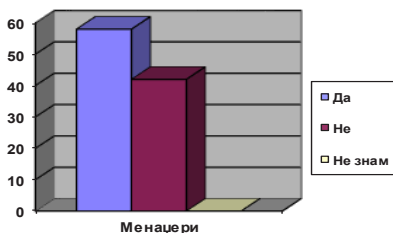
Врз основа на добиените податоци од спроведеното истражување заклучуваме дека мислењата на испитаниците се поделени во однос на прашањето за консултирањето и учеството на сите нивоа во процесот на формирање планови. Секако, во реалноста тоа доста зависи од политиката на претпријатието. Анализирајќи ги добиените резултати можеме да заклучиме дека поставената споредна хипотеза која вели дека за постигнување на саканите резултати е неопходна меѓусебна комуникација и добра координација помеѓу сите кадри од различните нивоа, не се остварува.

Трето прашање: Дали сметате дека Вашите планови се реализираат согласно со утврдениот временски интервал?

Табела 1.3. Табеларен приказ на првото прашање и добиените одговори за истото

Table 1.3. Table of the first question and the answers to the same

Поставени прашања	Понудени одговори	Поединечни одговори			
		Менаџери		Вработени	
		Вредност	%	Вредност	%
3. Дали сметате дека Вашите планови се реализираат согласно со утврдениот временски интервал?	Да	21	58	48	32
	Не	15	42	12	8
	Не знам	0	0	90	60
	Вкупно	36	100	150	100
	Пресметаниот χ^2 -тестот изнесува: 90.631				



Графикон 1.3. Графички приказ на првото прашање и добиените одговори за истото

Chart 1.3. Graphic presentation of the first question and the answers to the same



Вредноста на χ^2 -тестот за третото прашање е 90,631, што значи дека исказите на двете групи испитаници сосема се разликуваат. Коефициентот на контингенција е 0,558, што значи дека меѓузависноста помеѓу овие две варијабли е умерена.

Причината за вака добиените резултати е тоа што и покрај настојувањата на менаџерите за навремена реализација на плановите, заради субјективни или објективни причини, вработените во голем број не успеваат да ги извршат своите обврски навремено. Анализирајќи ги добиените резултати можеме да заклучиме дека поставената споредна хипотеза која вели дека навременото извршување на работните задачи од страна на вработените придонесува за поуспешна реализација на поставените работни планови се отфрла.

Заклучок

Процесот на планирање е основна и најважна функција на менаџерите во претпријатието. Важноста на планирањето произлегува од следниве причини: стекнување осет за правилен избор на цел и правец на дејствување, учество на менаџерите во процесот на донесување одлуки за избор на цели и стратегии, координирање на сите активности на менаџерите од различни нивоа и поголема контрола на менаџерите во организацијата.

Важен дел од планирањето е процесот на имплементација на планот кој за да биде успешен мора да помине низ неколку битни чекори: распределба на одговорностите на поединци или групи, формулирање детален план за акција, утврдување временска рамка за реализација на планот, рационална алокација на ресурсите меѓу поединци или групи и на крај контрола и набљудување на целиот процес на имплементација на планот.

Во делот од теоретската анализа посебно внимание е посветено и на процесот на креирање и имплементирање стратегија. Преку стратегијата се покажува начинот на кој менаџерите планираат да ги остварат очекувањата. Основни компоненти на успешна, ефективна и ефикасна имплементирана стратегија се: својствената компетентност, обемот на стратегијата и распределбата на ресурсите.

Додека пак емпирискиот дел покажа дека испитуваните менаџери добро не ја перцепираат важноста на планирањето и добро разработената стратегија, со што се потврди дека не се оствари поставената основна хипотеза која гласеше дека доколку во организациските субјекти се врши правилно спроведување на процесот на планирање, дотолку повеќе ќе се формулира нивна успешна стратегија. Затоа, на менаџерите им е потребно континуирано придобивање на знаења од оваа област.



Користена литература

- [1]. Kaplan, J. (2013). *Strategy Implementation*, Strategic Talent Development, Kogan Page;
- [2]. Pasher, E. & Ronen, T. (2011). *The Importance of Strategy in Knowledge Management*, The Complete Guide to Knowledge Management: A Strategic Plan to Leverage Your Company's Intellectual C;
- [3]. R. Gomez-Mejia, L. & B. Balkin, D. & L. Cardy, R. (2008). *Managing the planning process*, Management, New York;
- [4]. R. Schermerhorn Jr., J. (2012). *Strategy Implementation*, Management - 12th Edition, John Wiley & Sons;
- [5]. Said Sun Tzu (Chinese military general, strategist and philosopher);
- [6]. Wittmann, R. & Reuter, M. (2013). *Environment and Positioning*, Strategic planning, Kogan Page;

ЛОГИСТИЧКИ ИНФОРМАЦИОНЕН СИСТЕМ И ЗНАЧЕЊЕТО ЗА СОВРЕМЕНИОТ БИЗНИС: ПОСЕБЕН ОСВРТ НА ОРГАНИЗАЦИОНА ПОСТАВЕНОСТ НА ЛОГИСТИКАТА КАЈ КБР СЕРВИСИ

Бобан Трајковски¹
Ристе Темјановски²

Краток извадок

Согледувањата од извршените анализи за работењето на големите транснационални компании кои се носители на современите економски процеси во светот, ги принудува и национални компании активно да работат на осовременувањето на процесите што се одвиваат во организациското портфолио, притоа обрнувајќи посебно внимание на имплементација на современите хардверско-софтверски решенија во нивното работење. Потребата од профит и огромниот техничко-технолошки развој ги принудува националните пазари да се претопат во еден глобален пазар каде што за кус временски интервал секоја компанија може да ги достави бараните производи до крајниот купувач на која било точка од Земјината топка. Погодностите на интернет технологијата и поврзаноста на купувачите, трговците и дистрибутерите во еден дистрибутивен канал, каде што целокупниот процес на купопродажба се извршува за неколку минути, ја наметна потреба од имплементација на современи информациона системи кои функционираат врз определени унифицирани програмерски платформи (пр. Maximo, Oracle и др.).

Во трудот, преку аналитички приказ, е претставена организациската поставеност во транснационалната компанија „КБР сервис“ и примената на информациско-комуникациските технологии во компанијата преку употреба на *логистички информациона систем*. Анализата покажува дека нашата земја е во почетните стадиуми на развој т.е. имплементацијата на светските стандарди кои нужно бараат систематско компјутеризирано менаџирање на бизнисот.

1) Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
boban.trajkovski@gmail.com

2) Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
riste.temjanovski@ugd.edu.mk



Клучни зборови: ЛИС, информациони системи, интернет, е-трговија, GSM, GPRS.

LOGISTIC INFORMATION SYSTEM AND IMPORTANCE OF CONTEMPORARY BUSINESS: SPECIAL REFERENCE TO THE ORGANISATION OF LOGISTICS IN KBR SYSTEMS

Boban Trajkovski³
Riste Temjanovski⁴

Abstract

Observations from the analysis of the operations of large transnational companies that are holders of modern economic processes in the world, forced and national companies too, to actively working on modernizing the processes occurring in organizational portfolio while paying special attention to the implementation of modern hardware - software solutions in their operations. The need for profit and huge technical technological development forced domestic markets to assimilate into a global market where in short interval each company can deliver the required products to the end customer at any point of the global market. The advantages of Internet technology and the connection of customers, retailers and distributors in one distribution channel, where the entire process of trading is performed for several minutes, a need for implementation of modern information systems that operate on certain unified programming platforms (ex. Maximo, Oracle etc.).

In this paper, by analytical review organizational structure is represented in transnational company “KBR Services” and the application of information and communication technologies in the company through the use of the Logistics Information System. The analysis shows that our country is in the initial stages of development, ie the implementation of global standards necessarily require systematic computerized management of the business.

Key words: LIS, information systems, internet, e-commerce, GSM, GPRS.

3) Faculty of economics, Goce Delcev University, Stip, Macedonia
boban.trajkovski@gmail.com

4) Faculty of economics, Goce Delcev University, Stip, Macedonia
riste.temjanovski@ugd.edu.mk



1. Вовед

Логистиката и товарниот сообраќај спаѓаат во едни од најдинамичните и најважни сектори на секое стопанство. Логистиката е многу повеќе отколку физички транспорт и складиштење на стока. Во просек, трошоците за логистика учествуваат со 10-15% од финалната цена на готовиот производ.[4]

Деловната логистика е процес на планирање, спроведување и контрола на ефикасен и ефективен протек и складирање на стоки, услуги, на информациите од точка на потекло до точка на консумирање во согласност со барањата и потребите на потрошувачот. Модерната логистика е проширен процес во управувањето на синџирот на набавка. Додека логистиката традиционално е насочена на координација на протекот на производи, информации и активности на одделни компании, управувањето со синџирот на снабдување го координира производот, информациите, финансискиот тек и логистиката во каналот на окружувањето.[1]

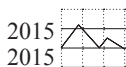
Новите светски трендови наметнуваат нов начин на размислување, работење и вклопување во новите текови на пазарната економија, со ориентација кон купувачот.

Во време на голема конкуренција и присуство на многу ентитети на пазарот мора да се зголеми акцентот на квалитетот на целокупното работење во компанијата. На пазарот мора да се излезе со квалитетен производ, со прифатлива цена и во договорениот рок (just in time моделот).

Примената на новата филозофија на тотално управување со квалитетот - TQM (Total Quality Management) е сврзана со избор на соодветни луѓе за реализација на сите дејности, согласно со образованието, стручноста, мотивацијата и способноста на вработените.

Можноста за креативно работење, давање стручен придонес, почитување на личното мислење и ставови, чувството на ангажираност во управувањето на претпријатието, заедничкиот дух да се успее, се елементи на тимско работење кои придонесуваат кон развој на меѓусебната доверба и почит, посветеност, отвореност, трпеливост и лојалност на еден спрема друг и лојалност спрема претпријатието.

За да можат да опстанат на глобалниот пазар, претпријатијата, независно од нивната големина, треба да бидат способни да ги идентификуваат потребите за промени и да се приспособат. Со воспоставувањето на стратемскиот менаџмент во претпријатието менаџерите треба да се оспособат да донесуваат одлуки со кои претпријатието максимално ќе ги искористи интерните предности и екстерните можности што се јавуваат во опкружувањето, а ќе ги минимизира интерните слабости и екстерните ограничувања. Во тоа се огледа суштината на стратемскиот менаџмент.



Вредно е да се спомене дека кон ваквите новосоздадени услови потреба од трансформација имаат сите компании, без разлика на нивната големина, финансиска моќ и бројот на вработени. Дури и познатата компанија за информатичка технологија ИБМ има „скинато една страница од претриемничката книга за стратемиско планирање со цел да овозможи производство на персонални компјутери. Се ослободила од група стручњаци кои се занимавале со бирократски работи во компанијата, ги сместила на Флорида во местото Бока Ратон, далеку од главниот штаб, и им ставила на располагање средства во рок од една година да направат проект за персонален компјутер. Тие тоа и го направиле, а компјутерот се покажал толку успешен што завладеал на целиот пазар за персонални компјутери”. [2]

Меѓународниот бизнис бара стручно знаење, алокација на ресурсите и, секако, време како неопходен фактор за воспоставување на меѓународни деловни односи. Оттука се поставува прашањето: *како МСП да успеат во меѓународниот бизнис и покрај тоа што располагаат со ограничени ресурси, каде што конкуренцијата и притисокот од големите играчи (МНК-мултинационални компании) е голем?*” . [3]

Токму поради овој факт во оваа анализа ќе се позанимаваме со реалната имплементација на ваквите светски стандарди во работењето на КБР сервиси со посебен осврт на организациската поставеност на одделот за логистика во компанијата изразено преку користењето на логистичкиот информационален систем, интернетот, како и информациско-комуникациските средства во нивното работење.

2. Интеракциски однос помеѓу логистичкиот информационален систем и мрежните системи во компаниите

Секој логистички деловен систем има свои потсистеми со соодветни елементи, има своја технологија на производство, има свои елементи на производство на логистички производи, специфични логистички производи, на пр.шпедитер како мегалогистички оператор. Таквите логистички деловни системи обично управуваат со овие потсистеми: складиштата, терминалите, со транспортните, дистрибутивните и логистичките центри, превозниците (од различни гранки), логистичките процеси, логистичките синџири, логистичките дистрибутивни синџири, мрежи. Логистиката на дистрибуција ги извршува дејностите поврзани со тековите на добра од складиштата со готови производи во производните претпријатија до пазарот за продажба (текови на производот од произведувачот до купувачот - потрошувачот со посредство на мрежа на складишта во испораката). [Атанасовски, Темјановски, Филипоски, 114.]



Кај претпријатијата со повеќе места на производство се дефинирани сложени мрежи на системски врски и односи помеѓу одделни елементи на логистичкиот систем каде што е потребен висок степен на координација и контрола на физичките текови на материјални добра. Примената на концептот ефикасен одговор на барањата на потрошувачите како примарен таргет на секоја компанија и употребата на информационите технологии за собирање на податоци за побарувачката директно од местото на употреба, им овозможува на претпријатијата да го почувствуваат „пулсирањето“ на пазарот и директно да одговорат на истите. Користењето на информационите технологии за размена на податоци помеѓу купувачите и добавувачите е, всушност, создавање на виртуелен синџир на снабдување, којшто секогаш се базира на информации отколку на реални залихи.

Успехот на споделувањето на одредените информации помеѓу партнерите во синџирот на снабдување може да се зголеми преку заедничка соработка на купувачите и продавачите, заеднички развој на производите и усовршување на информациона систем. Оваа е случај и кај големите транснационални компании кои на прво место ги ставаат барањата на големите корисници на нивните услуги со коишто настојуваат да постигнат повеќегодишни договори за соработка. Поради овој факт тие се раководат и од аксиомата дека купувачот е секогаш во право во рамките на договореното. Предноста на електронскиот синџир на снабдување е во намалувањето на времето на циклусот, поблиски врски со партнерите, раст на приходите, намалувањето на трошоците и времето за производство, оптимизирано управување со залихите, ефикасна дистрибуција и колаборативен процес на работење.

Електронското работење им овозможува на претпријатијата во синџирот на снабдување да ги искористат можностите за зголемување на приходите. Како позначајни можности се следниве:

- нудење на директна продажба на купувачите;
- скратување на времето за воведување на нови производи на пазарот;
- обезбедување на 24-часовен пристап од која било локација;
- собирање информации од различни извори;
- флексибилно формирање на цени;
- овозможување на различни цени и услуги за купувачите;
- ефикасен трансфер на финансии.

Примената на концептот ефикасен одговор на барањата на потрошувачите како примарен таргет на секоја компанија и употребата на информационите технологии за собирање на податоци за побарувачката директно од местото на употреба им овозможува на претпријатијата да ги запознаат барањата на пазарот и директно да одговорат на истите.



Користењето на информационите технологии за размена на податоци помеѓу купувачите и добавувачите е, всушност, создавање на виртуелен синџир на снабдување, којшто секогаш се базирани на информации отколку на реални залихи.

Успехот на споделувањето на одредените информации помеѓу партнерите во синџирот на снабдување може да се зголеми преку заедничка соработка на купувачите и продавачите, заеднички развој на производите и усовршување на информационен систем.

Оваа е случај и кај големите транснационални компании кои на прво место ги ставаат барањата на големите корисници на нивните услуги со коишто настојуваат да постигнат повеќегодишни договори за соработка.

Предноста на електронскиот синџир на снабдување е во намалувањето на времето на циклусот, поблиски врски со партнерите, раст на приходите, намалувањето на трошоците и времето за производство, оптимизирано управување со залихите, ефикасна дистрибуција и колаборативен процес на работење.

Како примарна цел од сето оваа е намалувањето на трошоците, со цел порентабилно работење на пазарот. Со долгогодишното работење и користењето на МИС во компаниите се дошло до заклучок дека истите со своите партнери имаат потреба во определени сегменти од своето работење да ги поврзат своите мрежни системи и притоа да остварат определен увид во состојбите на инпутите на залиха, притоа остварувајќи ја можноста од навремено планирање за дотур на истите. Како пример ќе земеме еден производствен капацитет кој произведува производи за лична потрошувачка и истиот има деловна соработка со дистрибутивна компанија т.е. трговец на големо. Со користење на вмрежените компаниски информациони системи, производителот е во можност да ја набљудува состојбата со неговите производи на залиха кај дистрибутерот и при нејзино доаѓање на пропишан договорен минимум, истиот да изврши дотур на количини според претходно договорените параметри. На овој начин се спречува појавата од недостаток на производите за понатамошна продажба и се максимализираат продажните таргетираны квоти.

2.1. Електронска размена на податоци и логистичко-дистрибутивните текови

Овој систем овозможува меѓусебна размена на деловни податоци и документи во стандардизирана форма. Во потполност ги заменува традиционалните форми на комуникација, како што се: писма, телефон, факс и слично.



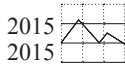
EDI овозможува директна компјутерска поврзаност на информационите системи на две фирми.

Овој систем има голем број на педности, како што се:

- поголема продуктивност и подобри односи со дистрибутивниот канал,
 - поголема конкурентност и помали логистички трошоци.
1. Да се управува со логистичко-дистрибутивни текови е сложен процес. Во таквите текови треба сигурно и темелно да се управува со сите логистички феномени, а особено со феномените на сите модалитети на дистрибуција, дистрибутивни канали, физичка дистрибуција и логистичка дистрибуција. Да се овозможи брз, безбеден и рационален процес на производство на логистички производи во логистички синџири, особено во мегалогистички синџири, бара приближно еднаков степен на технички, технолошки, организациски, економски, правни, информатички, еднаков степен на еколошки развој, како и степен на логистички развој на интелектуален капитал на сите активни логистички алки (односно логистички субјекти) кои се оправдано вклучени во функционирањето на конкретни логистички синџири. Во оваа можност треба да се нагласи динамичен потенцијал и ресурс во секој логистички синџир.
 2. Компаниите кои се во состојба да се приспособат на новите деловни стратегии, со тоа што трансакциите ги вршат електронски, стануваат поконкурентни и поефикасни. Голем предизвик за современите фирми е подготвеноста за успешно конкурирање на глобалниот пазар. Само оние компании кои се во состојба да ја обезбедат потполната доверба на потрошувачите и заштита на нивните лични информации ќе можат да ги задржат купувачите во иднина. Безбедноста налага чување на личните податоци од оние кои немаат потреба да ги знаат. Неопходно е да се воспостават системи за безбедносна заштита и на купувачите и на продавачите, така што купувачите ќе ја стекнат довербата во електронската трговија.

Користењето на ЕДИ на компаниите им нуди и низа други погодности, како што се:

- оптимизирање на трошоци за хартија, канцелариски простор, број на вработени и сл;
- квалитетот на информациите што ги нуди;
- забрзување на бизнис циклусите;
- овозможување на стратегиски бенефиции на бизнисот;
- зголемена ефикасност.



Најмногу користен документ разменуван преку ЕДИ се барањата за нарачки, фактури, како и документите за транспорт на добрата. Сепак постојат и други документи, како што се сметките за утовар, царинските документи, документите за инвентар, документите за известување на статусот на производи при процесот на транспорт, документите за разни плаќања и други.

Поради тоа што ЕДИ документите се процесирани од компјутерите, компјутерската програма мора да знае каде да го најде секој дел од информацијата во дојдовниот документ, изразен преку форматот на датотеката. На пример, дали броевите содржани во документите се цели броеви или се во децимали (13 или 13,0), форматот на датумите дд, мм, гг или дд, мм, гггг, како и за говорниот јазик кој двете страни го користат во својата комуникација (пр. англискиот јазик) и сл.

ЕДИ стандардите се воспоставени од организациите коишто воделе сметка да ги идентификуваат потребите на бизнисот, да креираат планови како да им излезат во пресрет на тие потреби и да воспостават стандардизација во оваа проблематика. Токму поради сето ова денеска постојат неколку ЕДИ стандарди коишто активно се користат, како што се ANSI стандардот којшто се користи во САД, EDIFACT доминантно се користи во Европа и Азија. Постојат и стандарди во определени дејности, како што е SWIFT стандардот во банкарството, RosettaNet во високата технолошка индустрија и др.”.[7]



Слика 2. Приказ на интеракциски врски помеѓу учесниците во ЕДИ системите

Figure 2. Interaction between the participants in EDI systems



Слика 3. Приказ на традиционална порачка и електронска порачка
Figure 3. Traditional vs electronic order

Од графичките прикази можеме со сигурност да констатираме дека со примената на електронската размена на податоци компанијата е во значителна предност поради следните причини:

- се намалуваат трошоците во работењето преку оптимизирање на човековиот квантум во процесот на набавка, со тоа што цел еден тим од вработени кои претходно учествувале во прибирањето на порачките преку комерцијалните служби, се елиминира со ангажирање на ИТ администратори кои истата работа ја завршуваат електронски;
- се скратува факторот време при извршувањето на овие операции сведувајќи се на најкраток временски интервал;
- се проширува можноста од Б2Б или Б2П да се одвива на големи географски далечини и со тоа се отвора можност за нови пазари за



продажба на добрата и услугите, како и можноста за воспоставување на нови соработки со добавувачи кои ќе нудат поповолни услови за набавка на потребните компаниски инпути (подобра цена, подобар квалитет и слично).

Од друга страна, пак, кај поголемите компании присутни на повеќе локации во своето работење им се дава можност за интересен увид на состојбите во нивните магацини со можност за реализирање на меѓу магацински трансфери.

2.2. Вештачка интелигенција и бар код системи

Вештачка интелигенција и експертски системи се многу присутни во денешното работење на фирмите. Основна цел на овие системи е со помош на компјутерски програми да се емитира однесувањето на луѓето во процес на донесување на одлуки.

Обемот на пазарот и потребите на потрошувачите наложуваат брзо и навремено производство. Ова производство единствено може да се постигне со помош на роботизирани машини.

Иако вештачката интелигенција зазема сè поголемо присуство во секое производство тие не би можеле да функционираат без човечки надзор.

Бар-код системите претставуваат современа информациона технологија која особено има важна улога во прибирање, обработка и размена на информации. Бар-кодирањето, всушност, претставува електронско скенирање и идентификување на одредени логистички информации кои се наоѓаат на пакувањето на производот. Овие информации се од особена важност за производна, магацинска или продажна логистичка единица, бидејќи се затвора информациониот круг за движење и моментална состојба на производот. Бар-кодирањето е дел од информацискиот систем, кој овозможува побрзо да се извршуваат продажбите и плаќањата, полесно да се изготвуваат фактури и да се одржува соодветен обем на залихи. Бар-кодовите содржат огромен број на податоци и затоа развојот на ваквата технологија постојано расте. Денес, бар-кодовите играат и улога на маркетинг алатки.

3. ЛИС и неговото значење во функционирањето на логистиката

Информациониот систем претставува „систем во кој врските меѓу објектите и интеракцијата со околината се остварува преку размена на информации“. Значењето на електронскиот информационален систем се согледува во следното: редуцирање на работната сила, намалување на



времето потребно за извршување на работните активности, навремено добивање информации за одлучување и други погодности. Деловните информациона системи се состојат од повеќе потсистеми, кои претставуваат системи, но сепак интегрирани во еден систем од повисоко ниво.

Логистичкиот систем е составен дел од работниот систем, кој може да биде динамичен и отворен и е во постојана хармонија и интеракција со другите работни потсистеми. Логистичкиот систем се состои од три потсистеми: влезна, внатрешна и излезна логистика. Во влезната логистика влегуваат набавката и логистичките операции со влезните (импути) во системот. Во внатрешната логистика се случуваат внатрешни движења и логистички операции со набавените влезови (суровини, полупроизводи...). Во излезната логистика се случуваат движења и операции со излезите (аутпутите). Влезна, внатрешна и излезна логистика се интегрални делови на системот на интегрирана логистика.

За да се разбере логистичкиот систем неопходно е добро да се познаваат компонентите и тековите што се одвиваат во него.

Потсистеми на работниот систем се: набавка, производство, финансии и продажба. [Атанасоски, Темјановски, Филипоски, 48-49]

Секој процес опфаќа: влез, процес и излез („*Input*“). Влез е секоја влезна компонента на кој било систем. Влезови на логистичкиот систем се:

- суровини и други материјали;
- алати и други средства за работа;
- енергија;
- средства (капитал);
- информации;
- персонал, како и на нивното знаење и искуство.

Логистички процеси опфаќа трансформација на инпутите влезовите во аутпути-излезите. Со процесот на трансформацијата на инпутите влезовите се додава вредност, која ќе го направи влезот -импутот употреблив за потрошувачот. Трансформацијата може да се направи на неколку начини:

- класична промена,
- преместување,
- чување до одреден момент,
- зголемување на услугата.

Аутпутите се излезни компоненти. Предмети на активностите на излезната логистика се:

- готови производи,



- услуги,
- информации,
- знаење,
- средства,
- енергија,
- резервни делови,
- шкарт производи и делови за поправка,
- потрошни делови и материјали и
- опрема што се продава.

Како пример за намалувањето на трошоците и зголемувањето на продуктивноста и ефикасноста во работењето на компанијата преку примената на ЛИС ќе го видиме од табеларниот приказ за трошоците за плати на вработените во компанијата пред воведувањето на ЛИС и по неговата имплементација.

Табела 1. Табела за ангажирани работници пред МИС и по имплементација на МИС

Table 1. Table of engaged workers before and after the implementation of MIS

Деловни единици	Број на оддели	Број на администратори по оддел	Вкупен број на администратори по деловни единици	Вкупен број на администратори во МИС
Ф1	7	2	14	2
Ф2	42	2	84	2
Ф3	7	2	14	2
Д5	7	2	14	2
Д5Ц	7	2	14	2
Д7	7	1	7	1
Д8	7	1	7	1
Д9	7	1	7	1
Д10	7	1	7	1
Д11	7	1	7	1
Д12	7	1	7	1
Вкупно	112	16	182	16

Доколку се земе предвид дека просечната месечна плата за администратор во системот изнесува околу 6.500 долари, многу лесно ќе пресметаме дека само на име плати компанијата троши месечно 1.183,000 долари или годишно 14.196,000 долари при непостоење на информациона софтверски апликативен пакет. За истата работа по воведувањето на МИС т.е. апликативното софтверско решение, компанијата има потреба од само 16 администратори за чијшто работен ангажман ќе потроши 104,000 долари месечно или 1.248,000 долари годишно, што само по себе значи и заштеда само по оваа ставка на име плати за вработените во износ од 12.948,000 долари. Освен тоа, за повеќе од половина се скратува и потребниот временски интервал за реализација на задачата од инпутот до аутпутот т.е. до испорака на доброто на крајниот купувач. На тој начин се овозможува да се услужат повеќе коминтенти т.е. да се направи поголем годишен обрт за реализирани задачи во временски интервал од една година.

Кај функционалните единици прикажани во горната табела првично беа потребни од 90 до 120 дена за реализација на набавка, започнувајќи од добивање на барање на клиентот, па сè до реализација на истото. Со воведувањето на МИС временскиот интервал за реализација на задачите се сведе во просек од 45 до 60 дена. Само овие две информации ни даваат еден приказ за колку се подобрени перформансите на компанијата со намалување на трошковните големини.

Мора да се напомене дека интеракциските односи со коминтентите на компанијата се одвиваат со користење на интернетот т.е. електронски и тоа од вкупните зделки преку 95% се договараат електронски т.н. е-бизнис.

4. Заклучок

Целта на овој труд е да прикаже модел на ЛИС кај една транснационална компанија, којашто е пример за успешно долгогодишно работење и справување со глобалниот пазар. Нотирајќи ја организационата поставеност кај компанијата КБР сервиси и употребата од нејзина страна на ЛИС изразен преку користењето на STEAM Maximo моделот, се прават напори нашите домашни компании да им се доближат до моделите кои ги практикуваат големите конгломерати од коишто истите би можеле да преземат соодветни чекори за користење на адаптирани моделирани верзии на ЛИС на нивните потреби, а притоа да имаат воспоставено транспарентен функционален органограм во компаниите.

Нашите компании се во голема мерка резистентни на потребните промени кои мора да ги направат што е можно поскоро за да можат да се инкорпорираат во светскиот логистички систем на глобална економија. Истите доколку не го сторат тоа и покрај извонредната инфраструктура



која нуди неограничени можности и не се вклопат во истата не ќе можат да партиципираат како подизведувачи на работни проекти кај големите транснационални компании кои веќе активно работат во Р.Македонија. Ваквите состојби укажуваат на потребата од итни мерки на државно и регионално ниво преку информативни работилници организирани од надлежните министерства во оваа сфера, со цел да ги едуцираат нашите бизнисмени т.е. менаџери каков бенефит ќе имаат од имплементирање на ваквите стандарди во своето работење. На тој начин со користењето на апликативните софтверски решенија на МИС-ЛИС компаниите директно ќе придонесат и во генерирање на нови работни места, пред сè, во програмерскиот сектор на информатичката технологија во државава, а со тоа ќе водат кон подобрување на ваквите состојби.

Сето ова ни покажува дека имаме одлично поставена инфраструктура со скоро неограничени можности и само на бизнис субјектите останува да го искористат оваа како предност.

Користена литература

- [1]. Bardi J.E, Coyle J.J., Novack A.R. : *Management of transportation*. Thomson: South-Western, 2006. p.4
- [2]. Темјановски Р. Е-бизнис. - [2. изд.]. - Штип : Универзитет „Гоце Делчев“, Економски факултет, 2011. стр.58-59
- [3]. Cavusgil S.Tamer, Knight Gary, Riesenberger R. John: “*International Business-Strategy, Management and the New Realities*”; PEARSON, Prentice Hall, 2008, p.14-15
- [4]. Temjanovski R.(2014): Challenges of information technology and supply chain management in logistic sector: with an overview of Quehenberger logistics in Macedonia. Beograd: Singidunum University International Conference, April 25th-26th, The Impact of the Internet on Business Activities in Serbia and Worldwide.p.9.
- [5]. Атанасоски Д., Темјановски Р., Филиповски О.: Логистички системи. Штип: УГД, 2014. стр. 48-49.
- [6]. Државен завод за статистика на Р. Македонија, *Витална статистика* (<http://www.stat.gov.mk>)
- [7]. Hanic, Hasan (redactor): *Leksikon poslovne informatike*. Beograd: Znak, 1995. str. 43
- [8]. Rochelle P.Cohen “EDI Basics”;GXS Inc.,2014, p.5-13.



ОРГАНИЗАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА - ВОДИЧ ЗА СОЗДАВАЊЕ И ОДРЖУВАЊЕ НА КОНКУРЕНТСКА ПРЕДНОСТ НА ПАЗАРОТ

Н. Никовска¹
Т. Мицески²

Краток извадок

Конкурентската предност на секое претпријатие зависи од правилно формулираната и имплементирана стратегија, како и од нејзиното извршување. Затоа, стратегијата станува комплексна активност во рамки на бизнис делувањето на претпријатијата, чијашто цел е учество на целиот пазар и остварување на конкурентска предност во соодветната дејност.

Стратегијата е патоказ или водич кој ја движи организацијата од моменталната кон посакуваната состојба. Таа го опфаќа процесот на одлучување и претставува алатка за реализирање на идните планови преку зајакнување на деловните потфати и насочување на активноста кон остварување на целите.

Во трудот е направен теоретски осврт и емпириско истражување на организациската стратегија, нејзиното влијание, користење и извршување во организациските субјекти.

Клучни зборови: *дејност, потенцијал, процес, одлучување, активност, цел.*

1) Магистерски студии - MBA менаџмент, Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, natasa.208354@ugd.edu.mk

2) Редовен професор, Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, trajko.miceski@ugd.edu.mk



THE ORGANIZATION STRATEGY – GUIDELINE FOR CREATION AND MAINTENANCE OF THE COMPETITIVE ADVANTAGE ON THE MARKET

N. Nikovska³

T. Miceski⁴

Abstract

The success of each enterprise depends on the properly formulated and implemented strategy, and its execution. Thus the business results as well, in a large extent, depend on the competitive advantage that the enterprise has the potential to achieve through its market strategy.

Therefore, the strategy becomes a complex action within the business activities of the enterprises whose goal is to participate on the target market and to achieve a competitive advantage in the appropriate activity.

The strategy is a roadmap or guideline that drives the organization from the current to the desired condition. It covers the decision-making process and represents a tool for realizing the future plans through strengthening the business endeavours and directing the activity towards goal achievement.

The work covers a theoretical review and empirical research of the organizational strategy, its influence, useage and execution in the organizational entities.

Key words: *activity, potential, process, decision-making, action, goal.*

Вовед

Стратегијата како водич за развој на организацијата, каде што се опишани начинот и деталите за активностите што треба да се извршат, главно, е насочена кон целта да осигура најдобар можен пат за успех и просперитет во иднина. Тука, прецизно во детали се утврдени процесот, структурата и содржината.

Како специфична програма, стратегијата помага во текот на повеќето критични фази, повикувајќи се на најдобро докажаниот пристап што е практика на највисоките бизнис нивоа ширум светот. Тоа значи дека примената на стратемскиот процес преку јасно дефинирана цел

3) Master studies, MBA – Management, Faculty of Economics, Goce Delcev University, Stip, natasa.208354@ugd.edu.mk

4) Prof. Trajce Miceski Ph.D, Faculty of Economics, Goce Delcev University, Stip, trajko.miceski@ugd.edu.mk



овозможува пристап кон интегрирање на најдобрата пракса и остварување на најдобар резултат.

Една од целите на претпријатието е да создаде интегрирана стратегиска архитектура за бизнис планот кој се протега меѓу јасна и сеопфатна визија за деталите и времето и одговорностите за успешно спроведување.

Остварување на организациските цели преку постоење на флексибилна стратегија

Како резултат на незапирливата глобализација на економијата и бизнис системите, променливоста на притисоците врз корпоративните и индивидуалните способности и врз целите поставени во стратегијата се истакнува потребата од поголема флексибилност во сите фази на стратегискиот процес. Во исто време, важно е да се продолжи во насока на обезбедување на висок квалитет, структурирана анализа и инклузивни процедури.

Формулирањето на стратегијата го вклучува нивото на скенирање на средината, конкурентското позиционирање на пазарот, анализа на сегментот на потрошувачите, како и клучните специфични надлежности на менаџментот. На овој начин, со бизнис стратегијата поуспешно се дефинираат целите кои организацијата има намера да ги постигне и се утврдуваат параметрите за донесување на одлуки, со што се овозможува поддршка на овие цели.

Воедно, стратегијата создава можности за претпријатието ефикасно да се позиционира во рамките на конкурентната средина и да го достигне својот максимален потенцијал, постојано следејќи ги промените и справувајќи се соделувањето на истите⁵

Како резултат на постоењето на свет на постојани турбуленции, брз развој на глобалната конкуренција, пазарни промени, сложеност во барањата на потрошувачите, консолидација на снабдувачите, брз протег на информации, развој на технологијата и слично, сè повеќе се засилува потребата за редефинирање на начинот на работење, продавање, купување, комуникација и натпревар помеѓу конкурентите. Отворените глобални пазари вршат сè поголем притисок за создавање на сеизмички економски настани. Конкурентните цели водени од драматични промени, брзата еволуација и трансформација, во најголема мера ги редефинираат потребите на стратегијата на повеќето нивоа на бизнисот⁶.

5) Marilyn M. Helms, D.B.A.: Encyclopedia of MANAGEMENT: "Strategy Formulation", 5th Edition, Thomson Corporation, 2006, p. 837

6) Mark Daniell: Strategy: "A Step-By- Step Approach to Development and Presentation of World Class Business Strategy", Book One - Recovering the Lost Art of Strategy, Palgrave Macmillan, New York, 2004



Пристапот на менаџерите кон примена на современи концепти и модели, како и постојаното унапредување на стратегијата, овозможуваат создавање на позитивни вредности за организацијата како целина. Додека, пак, успешното извршување на стратегијата преку правилно искористување на потенцијалот овозможува претпријатието соодветно да одговори на предизвиците на новата парадигма.

Карактеристики на успешната стратегија

Стратегијата е корисен концепт, доколку е синоним за успех и корисна алатка, доколку се издначува со одлучност, лидерство, иновации и се прави разлика помеѓу нивоата на управување. Всушност, таа го определува и идентификува патот на лидерството и иновациите. Како кохерентен збир на анализи, концепти, политики, аргументи и акции, стратегијата дава одговор на високоризичниот предизвик со кој се соочува претпријатието.

Лидерот ги поставува целите и ја делегира работата, а стратегијата е клучната компонента за унапредување на организацијата и нејзиното движење напред. Затоа, од големо значење за организацијата е постоењето на софистициран процес на стратегија, но и способност да се избегне проблемот во извршувањето т.е. остварувањето на целите.

Добрата стратегија ги има следниве карактеристики:

- кохерентност,
- координирана активност,
- политики и
- средства за остварување на посакуваниот исход⁷.

Постигнувањето на предност во бизнисот зависи од клучните императиви кои ги диктираат целите на претпријатието. Имено, конкурентската предност е резултат на способноста на менаџментот навреме да пристапи кон решавање на критичните проблеми и да се соочи со предизвиците на конкурентната средина. Воедно, преку унапредување на нивната способност тие правилно влијаат на насоката на стратегијата и ја приспособуваат на условите на пазарот со цел да обезбеди опстанок и успех на претпријатието во рамки на дејноста. Во тој поглед, бизнис лидерите заедно со високите менаџерски тимови се насочени кон примена на оперативниот пристап кон решавање на проблемите. И покрај тоа што овој пристап многу често го ограничува размислувањето и влијанието

7) Richard P. Rumelt: Good Strategy /Bad Strategy: “The difference and why it matters”, Part I Good and bad strategy, Chapter1 “Good Strategy is unexpected”, Crown Publishing Group, Random House, Inc., New York, 2011, p. 36



на менаџерите, сепак и бизнисите чиешто предности се во маргините на оперативните способности имаат тенденција да бидат ефикасно управувани или, со други зборови, да ја применат стратегијата на подобар начин. Исто така, стратегијата е поуспешна и поефикасна доколку правилно се насочат идните активности, со цел организацијата да преживее и успее на долг рок⁸.

Преку стратегијата, претпријатието ги унапредува можностите да се разива, способноста да создаде конкурентска вредност и брзина на адаптивниот одговор. Затоа, стратегијата како ситуирана активност е секогаш во развој, односно надградување. Доколку во организацијата се постигне меѓусебна разбирлива интеракција до степен на постигнување на посакуваните цели, во тој случај, стратегијата е конкретизиран процес и е во постојано надградување преку преземање на соодветните активности⁹.

Емпириско истражување

За целите на трудот се пристапи кон емпириско истражување преку спроведување на анкета во претпријатијата од јавниот и приватниот сектор, каде што беше поставена генералната хипотеза на истражувањето, која гласи: Доколку во организацијата се користат современи менаџерски концепти и модели при формулирање и извршување на стратегијата и се врши унапредување на постојната стратегија, тогаш правилно ќе се пристапи кон искористување на потенцијалот на претпријатието со цел соодветно да одговори на секојдневните предизвиците во опкружувањето, а со тоа се постигнуваат повисоки резултатите во работењето.

Емпириското истражување¹⁰ се спроведе преку анкетен прашалник, кој за овој дел се состоеше од три прашања, со по три понудени одговори наменети за менаџерите и вработените во различните претпријатија.

Добиените податоци, по сите прашања, се статистички обработени преку пресметка на χ^2 -тестот и коефициентот на контингенција (C) и се прикажани табеларно и графички.

8) Poul M. Elkin: *Mastering Business Planning and Strategy* (second edition), Chapter One - *Mastering Business Success, "Achieving business stability and growth"*, Thorogood Publishing, London, 2007

9) Paula Jarzabkowski: *Strategy as a practice: "An Activity-Based Approach"*, Part I: *Defining and theoretically locating an activity-based view*, 1. *Core Social Theory Themes in Strategy as Practice*, SAGE Publications, London, 2005.

10) Емпириското истражување е дел од магистерскиот труд на Наташа Никовска, под наслов „КРЕИРАЊЕ НА СТРАТЕГИЈА ЗА СОЗДАВАЊЕ И ОДРЖУВАЊЕ НА КОНКУРЕНТСКА ПРЕДНОСТ НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА“, работена на УГД, Економски факултет - Штип.



По првото прашање кое гласеше: *дали сметате дека креираната стратегија позитивно влијае врз резултатите кои се остваруваат*, се изврши пресметка и анализа на одговорите и истите се прикажани следствено.

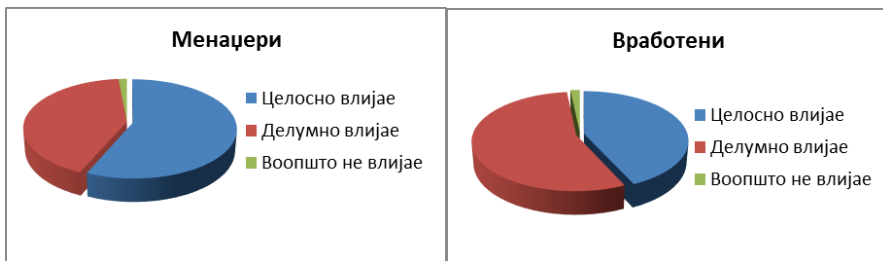
Табела 1. Влијанието на стратегијата врз резултатите кои се остваруваат

Table 1. The influence of the strategy on the achieving results

Прашање / Question	Одговори / Answers				
	Менаџери / Managers			Вработени / Employees	
		Вредности / Values	%	Вредности / Values	%
1. Дали сметате дека креираната стратегија позитивно влијае врз резултатите кои се остваруваат?	Целосно влијае	27	54%	54	36%
	Делумно влијае	20	40%	69	46%
	Воопшто не влијае	3	6%	27	18%
	Вкупно / Total	50	100%	150	100%

$\chi^2 = 10,019$

Графичкиот приказ на одговорите на двете групи на испитаници по првото прашање е претставен на слика 1.



Слика 1. Графички приказ на одговорите на менаџерите и вработените по прашањето за влијанието на стратегијата врз резултатите кои се остваруваат

Figure 1. Responses of managers and employees about the influence of the strategy on the



Резултатите од добиените податоци по првото прашање со пресметани вредности на χ^2 -тестот и коефициентот на контингенција покажуваат дека:

$$\chi^2 = 10,019 > \chi^2_{0,05} = 5,991$$

$$C = 0,218$$

Најголемиот дел од менаџерите (54%) тврдат дека стратегијата целосно влијае врз резултатите кои се остваруваат, додека, пак, најголемиот дел од вработените (46%) тврдат дека стратегијата делумно влијае врз резултатите кои се остваруваат.

Вредноста од пресметаниот χ^2 -тест е поголема од табличната вредност за χ^2 , а исто така и коефициентот на контингенција ($C=0,218$) покажува многу слаб интензитет на меѓусебната поврзаност на одговорите дадени од страна на менаџерите и вработените. Тоа упатуваат на заклучокот дека не е исполнета поставената хипотеза на којашто се базира истражувањето, според која стратегијата позитивно влијае врз резултатите кои се остваруваат.

Второто прашање гласеше: *дали во организацијата се користат современи менаџерски концепти и модели при формулирање и извршување на стратегијата*, и ги даде резултатите прикажани во продолжение.

Табела 2. Користење на современи менаџерски концепти и модели при формулирање и извршување на стратегијата

Table 2. Using a contemporary managerial concepts and models in formulating and performing the strategy

Прашање / Question	Одговори / Answers				
	Менаџери / Managers			Вработени / Employees	
		Вредности / Values	%	Вредности / Values	%
2. Дали во организацијата се користат современи менаџерски концепти и модели при формулирање и извршување на стратегијата?	Да	23	46%	34	23%
	Не	10	20%	29	19%
	Не знам	17	34%	87	58%
	Вкупно / Total	50	100%	150	100%
$\chi^2 = 13,953$					

Графичкиот приказ на одговорите на двете групи на испитаници по второто прашање е претставен на слика 2.



Слика 2. Користење на современи менаџерски концепти и модели при формулирање и извршување на стратегијата

Figure 2. The using a contemporary managerial concepts and models in formulating and performing the strategy

Резултатите од добиените податоци по второто прашање со пресметани вредности на χ^2 -тестот и коефициентот на контингенција покажуваат дека:

$$\chi^2 = 13,953 > \chi^2_{0,05} = 5,99$$

$$C = 0,255$$

Се гледа дека вредноста од пресметаниот χ^2 -тест е поголема од табличната вредност за χ^2 -тестот, а коефициентот на контингенција (C) покажува слаб интензитет на меѓусебната поврзаност на одговорите дадени од страна на менаџерите и вработените.

Најголемиот процент од менаџерите (46%) тврдат дека се користат современи менаџерски концепти и модели при формулирање и извршување на стратегијата, наспроти вработените од кои најголем процент (58%) не знаат дали се користат современи концепти и модели во организацијата во која работат. Според тоа, не е остварена главната хипотеза на која се базира истражувањето, односно во организацијата недоволно се применуваат современи концепти и модели при формулирањето и извршувањето на стратегијата.

Исто така и по третото прашање: *колку често во Вашата организација се врши унапредување (подобрување или редизајнирање) на постојната стратегија*, не се добиени илустративни одговори на испитаните менаџери и вработени.

Табела 3. Пристап кон унапредување (подобрување или редицајнирање) на постојната стратегија

Table 3. Access to promoting (improving or redesign) of the existing strategy

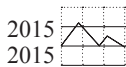
Прашање / Question	Одговори / Answers				
	Менаџери / Managers			Вработени / Employees	
		Вредности / Values	%	Вредности / Values	%
3. Колку често во Вашата организација се врши унапредување (подобрување или редицајнирање) на постојната стратегија?	Секогаш	12	24%	21	14%
	Не многу често	27	54%	72	48%
	Воопшто не се пристапува/интервенира	11	22%	57	38%
	Вкупно / Total	50	100%	150	100%
$\chi^2 = 7,251$					

Графичкиот приказ на одговорите на двете групи на испитаници по третото прашање е претставен на слика 3.



Слика 3. Пристапот кон унапредување (подобрување или редицајнирање) на постојната стратегија

Figure 3. The access to promoting (improving or redesign) of the existing strategy



Резултатите од добиените податоци по третото прашање со пресметани вредности на χ^2 -тестот и коефициентот на контингенција покажуваат дека:

$$\chi^2 = 7,251 > \chi^2_{0,05} = 5,99$$
$$C = 0,187$$

Анализата поврзана со третото прашање кое се однесува на пристапот кон унапредување (подобрување или редизајнирање) на постојната стратегија од графичкиот и табеларниот приказ покажува видливи разлики во одговорите на менаџерите и вработените. Најголемиот процент од менаџерите (54%) и вработените (48%) сметаат дека не многу често во организацијата се пристапува кон унапредување (подобрување или редизајнирање) на постојната стратегија.

Вредноста од пресметаниот χ^2 -тест е поголема од табличната вредност за χ^2 за два степени на слобода и праг на значајност 5% што изнесува 5,991. Според коефициентот на контингенција ($C=0,187$), утврден е многу слаб интензитет на меѓусебната поврзаност на одговорите дадени од страна на менаџерите и вработените.

Процентуалните разлики во тврдењата и добиената вредност на пресметаниот χ^2 -тест (7,251), која е поголема од табличната вредност (5,991), како и добиената вредност на коефициентот на контингенција ($C=0,187$), којшто покажува многу слаб интензитет, упатуваат на заклучокот дека не е исполнета хипотезата на која се базира истражувањето, според која во организацијата се пристапува кон унапредување (подобрување или редизајнирање) на постојната стратегија.

Со цел претпријатието да ја постигне или одржи посакуваната позиција на пазарот, потребно е постојано да врши унапредување на стратегијата.

Општо погледнато, од емпириското истражување кое се спроведе во различните организации и се состоеше од прашања поставени на менаџерите и на вработените кои избраа еден од трите понудени одговори за секое поединечно прашање, може да се утврди постоење на значителни разлики во дадените одговори.

Ваквите тврдења на менаџерите и вработените, сумирани како резултат на истражувањето, не ја потврдуваат основната (генерална) хипотеза: доколку во организацијата се користат современи менаџерски концепти и модели при формулирање и извршување на стратегијата и се врши унапредување (подобрување или редизајнирање) на постојната стратегија, тогаш правилно ќе се пристапи кон искористување на



потенцијалот на претпријатието со цел соодветно да одговори на предизвиците на новата парадигма, а стратегијата позитивно ќе влијае врз резултатите кои се остваруваат.

Според тоа, јасна е потребата на претпријатието да пристапи кон успешно креирање на стратегијата, за да ја постигне посакуваната цел на пазарот и да оствари конкурентска предност во рамки на соодветната дејност.

Менаџерите мора правилно да влијаат на насоката на дејствување, со цел остварувањето на стратегијата да резултира со успех. Воедно, во постигнувањето на целите на организацијата значаен придонес имаат сите вработени кои треба на правилен начин да бидат запознаени со стратегијата, која понатаму позитивно ќе се одрази врз постигнатите резултати.

Од големо значење за претпријатието е начинот на којшто се искористува неговиот потенцијал за да се одговори соодветно на предизвиците на новата парадигма. Таквата цел зависи од способноста на претпријатието да примени современи концепти и модели при формулирањето и извршувањето на стратегијата. Понатаму, да пристапи кон унапредување (подобрување или редизајнирање) на постојната стратегија, истовремено создавајќи позитивни и општоприфатливи вредности за организацијата како целина.

Заклучок

Стратегијата се формулира со цел да се биде поразличен. Станува збор за изнаоѓање на начин за позиционирање на пазарот преку создавање на одржлива конкурентска предност. Се нагласува можноста на претпријатието за ефикасно да се позиционира во рамките на конкурентната средина, чијашто цел е постигнување на максимален потенцијал во согласност со промените и способноста да се справи со дејствувањето на истите. Воедно, колку подобро се развива стратегијата, толку подобро претпријатието се справува со сè поголемите предизвици, притоа постигнувајќи го ефектот на координирање и фокусирање на напорите за создавање на конкурентска предност. Затоа, постоењето на пософистициран процес на стратегија како клучна компонента за унапредување на организацијата овозможува претпријатието да ја одреди вистинската насока за движење кон посакуваната цел.

Унапредувањето на стратегијата ги поттикнува развојот и текот на процесите, организациските способности, обезбедувањето на системи за подобра врска помеѓу организациските нивоа и се карактеризира како еден од најголемите приоритети во агендата на извршното раководство. Преку континуираното приспособување и унапредување на стратегијата,



претпријатието има потенцијал да оствари една од приоритетните цели, односно целта да се биде поразличен и поуспешен во остварувањето на деловните резултати. На тој начин се придонесува во зголемување на учеството на пазарот и продажбата, постигнување на подобри резултати, правилно насочување на вработените со цел поголемо разбирање за резултатите кои се очекуваат тие да ги остварат, преземање на навремена корективна акција што им овозможува на менаџерите да ја одржат контролата над организациските активности, зголемување на мотивацијата, како и остварување на повисоки цели во бизнисот.

Користена литература

- [1]. Marilyn M. Helms, D.B.A.: Encyclopedia of MANAGEMENT: "*Strategy Formulation*", 5th Edition, Thomson Corporation, 2006
- [2]. Mark Daniell: Strategy: "*A Step-By- Step Approach to Development and Presentation of World Class Business Strategy*", Book One - Recovering the Lost Art of Strategy, Palgrave Macmillan, New York, 2004
- [3]. Poul M. Elkin: Mastering Business Planning and Strategy (second edition), Chapter One - Mastering Business Success, "*Achieving business stability and growth*", Thorogood Publishing, London, 2007
- [4]. Paula Jarzabkowski: Strategy as a practice: "An Activity-Based Approach", Part I: Defining and theoretically locating an activity-based view, 1. Core Social Theory Themes in Strategy as Practice, SAGE Publications, London, 2005
- [5]. Richard P. Rumelt: Good Strategy /Bad Strategy: "The difference and why it matters", Part I *Good and bad strategy*, Chapter1 "Good Strategy is unexpected", Crown Publishing Group, Random House, Inc., New York, 2011.



СЕЛЕКЦИЈА НА ЧОВЕЧКИ РЕСУРСИ СО ФОКУС НА ДРЖАВНА АДМИНИСТРАЦИЈА

Р.Трајковски¹
Т.Мицески²

Краток извадок

Клучен фактор и фокус кон кој треба да се насочат организациите се човечките ресурси. Значењето на овие ресурси е сè поголемо, а ефективното управување со нив е стратешки интерес на секоја организација. Затоа треба да се внимава при селекцијата на истите, при нивното вработување или распоредување на работните места.

Успешен процес на селекција како дел од менаџментот на човечки ресурси е процесот кој обезбедил избраниот кандидат ефикасно и ефективно да ги извршува работните задачи во согласност со поставените правила и критериуми на организацијата.

Од изборот на кадрите зависи успехот, како на приватниот сектор така и на државната администрација.

Клучни зборови: *вработување, кандидат, интервју, испит, тестови, образование.*

1) Магистерски студии-МБА менаџмент, Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, robert.208326@ugd.edu.mk

2) Редовен професор, Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, trajko.miceski@ugd.edu.mk



HUMAN RESOURCES SELECTION WITH FOCUS ON STATE ADMINISTRATION

R.Trajkovski
T.Miceski

Abstract

Key factor and focus on which organisations needs to be directed are human resources. The importance of these resources is increasing, and the effective management of them is a strategic interest of any organization. Therefore attention should be paid to selection, employment or deployment of work places.

Successful selection process as part of the human resources management is the process which provides the selected candidate to effectively and efficiently carry out tasks in accordance with established rules and criteria of the organization.

The success of the private sector and the public administration depends by choosing the staff.

Key words: *employment, candidate, interview, exam tests, education.*

Вовед

Државната администрација со својата важна улога е важен ресурс на секоја земја. Реформите во администрацијата во согласност со европските стандарди се неопходен чекор за модернизација на државните управи и земјите-кандидати за членство во ЕУ. Работење во интерес на граѓаните, деполитизација и градење на квалитетен службенички систем се темелните карактеристики кои треба да ги има секоја администрација.

За таа цел постојано се работи на усовршување и подобрување на квалитетот на администрацијата преку изготвување на стратешки планови и измени во законите за државните службеници, односно преку подобрување на процесот на селекција, начинот на оценување и мотивирање на државните службеници.

Правото на работа е едно од основните човекови права кое со бројни закони и договори е загарантирано и на граѓаните им овозможува слободен избор при вработувањето. Нудењето на еднаков пристап за вработување и унапредување, исклучиво со поседување на стручност, компетентност, образование, искуство и вештини, е прав начин за квалитетна администрација во земјата.

Селекција на државни службеници

Вработувањата на службениците треба да се темели на критериумите на компетентност и стручност, соодветно на видот на образование, искуство, вештините, просекот на образование, како и бројот на поени односно резултатот од стручниот испит кој е неопходен.

Балканските држави практикуваат селекција која започнува откако органот до надлежната институција за државни службеници ќе достави барање за објавување на оглас во кој мора да се наведени условите што треба да ги исполнат, времетраењето на огласот, нагласување дека е задолжително да се полагаат предвидените испити и друго³. Заинтересираните може да аплицираат електронски или лично со пополнување на пријава, при што имаат обврска целосно да ја пополнат но немаат обврска да достават и други документи, бидејќи пријавата воедно е и изјава со која кандидатот со материјална и кривична одговорност тврди дека внесените податоци се вистинити и дека на барање на органот ќе ги достави бараните документи на увид со што се придонесува, како за транспарентноста така и за избегнување на трошоци за заверки на дипломи, уверенија и други документи. Со истекот на предвидениот рок за аплицирање се врши административна селекција, односно проверка дали се уредни или недоставените пријави. По завршувањето на оваа постапка уредните кандидати се известуваат за местото, времето, прашањата и литературата за испитот⁴.

Врз основа на бодови од испитот и успехот од образование се изготвува листа со најдобри кандидати⁵ за секое работно место, кои се должни во утврден период да ги достават доказите дека ги исполнуваат условите барани во огласот, а откако ќе бидат проверени истите, како и претходно положениот психотест, листата со најдобри кандидати се доставува до органот за чиешто потреби се спроведува постапката.

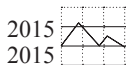
Во следната фаза органот/општината формира комисија која со кандидатите ќе спроведе интервју, а е составена од неколку члена, така што едниот задолжително мора да е од агенцијата⁶. Интервјуто овозможува вршење на конечна селекција со шанса за освојување дополнителни

3) Доц. д-р Любомир Стефанов, Невјана Кънева, Снежана Димитрова (2007), София, Управление на државната администрация, 100

4) Mr. Guy Van-Biesen, (2006) Overview of civil service selection procedures in EU, European Personnel Selection Office (EPSO) Belgium, 7

5) Пет кандидати кај нас, според Pravdiko.mk, <http://www.pravdiko.mk/vrabotuvan-e-vo-drzhavnata-sluzhba-preku-objavuvan-e-na-javen-oglas/>

6 Агенција за административна администрација, преземено на 2 април 2015, <http://aa.mk/>



бодови⁷.

Согласно со бодовите освоени на интервју и во претходно спроведениот испит се прави листа со помал број најдобри кандидати за секое место⁸ и се доставува до државниот/генералниот или секретарот на општина кој го прави конечниот избор. Во Р.Македонија досега функционираше начин на селекција сличен на претходно наведениот, меѓутоа со измените на законите кои се однесуваат на администрацијата се направени големи промени, како во начинот на селекција така и во бараните критериуми и услови за да се добие статус на административен службеник.

Институциите и општините по примерот на јавните администрации на Канада, Нов Зеланд, Австралија и западноевропските земји кои важат како најефикасни во светот ќе имаат обврска да ги планираат вработувањата со подготвување на годишен план за наредна година, кој ќе мора да содржи моментална состојба на службеници во институцијата според возраст, припадност на заедница, пол, образование, како и според начин на вработување определено или неопределено, позиции кои ќе се ослободат и причините за истите, предлози за нови вработени и други податоци⁹. Со овие измени целосно е променета постапката на селекција и истата ќе се одвива во четири фази:

Административна селекција – проверување на податоци внесени во пријавите со условите од огласот при што веднаш завршува процесот за оние за кои ќе се утврди дека не ги исполнуваат.

Испит за административен службеник е составен од два дела и тоа стручен дел со кој преку одговарање на прашања во форма на тестирање на компјутер се утврдуваат познавања на кандидатот од локалната самоуправа, уставот, правото и друго и дел за процена на интелектуалниот капацитет на кандидатот со кој се проценува способност за апстрактно расудување преку тестот - матрица за когнитивни способности и способноста за логичко расудување преку тестот за силогизми. Базата со одреден број на прашања кои се јавно достапни мора да се менува еднаш годишно, така што мора да се утврди секое прашање колкумина точно го одговориле, дали со некоја измена во некој закон одговорот е промент и други фактори коишто можат да влијаат со цел да се подобри квалитетот

7) Максимум десет во Р.Македонија, според Закон за административни службеници, член 42, Сл. весник на Р.Македонија, бр.27 од 5.2.2014

8) Три во нашиот случај, според Pravdiko.mk, <http://www.pravdiko.mk/vrabotuvan-e-vo-drzhavnata-sluzhba-preku-objavuvan-e-na-javen-oglas/>

9) Civil servants act Official Gazette no.92/2005, Article 42 исто така и Zakon o državnim službenicima „Narodne novine“ broj 49/12, članak 42



на базата на прашања. Прашањата за секој кандидат се по случаен избор на базата и носат одреден број поени во зависност од тежината кои се наведени до прашањето. Во рок од три дена од испитот се подготвува и ја објавува ранг-листата со идентификациски кодови на кандидатите и датумот за следната фаза на селекција.

Проверка на веродостојност на докази интервју - кандидатите имаат обврска пред интервју или за време на интервју да ги донесат бараните документи во оригинална или нотарска заверена копија. Сомнителните кандидати за кои се смета дека доставиле лажни докази подлежат на постапка за утврдување на веродостојност на ако се докаже истата кандидатот во наредните десет години губи право да стане службеник, а истото се евидентира во Агенцијата. По интервјутото се подготвува ранг-листа (не со име и презиме туку со кодови) врз основа на сите претходни тестирања и истата е јавно достапна.

Тест на личност и избор на кандидат е последната фаза, при што кандидати што успешно ќе го поминат овој тест остануваат на ранг-листата, а се избира најдоброрангираниот кандидат кој случува договор за вработување со институцијата за чии потреби е спроведена селекцијата при што за останатите селекцијата е завршена.

Целата постапка на селекција се врши во Агенцијата за администрација која е опремена со специјален тест-центар во кој се вршат тестирањата кои се решаваат на компјутер, а во тоа време снимени и пренесувани во живо на веб-страницата на Агенцијата. Веднаш по тестирањето излегуваат резултатите кои, исто така, се пренесуваат во живо. Со ова се отстранува секаква можност за интервенција во бодовите од постапката на селекција. Целта е да се вработи најдобриот, прворангираниот кандидат кој ќе биде понуден на раководното лице на институцијата. Се укинува стариот процес со кој се предлагаат тројца кандидати и се остава дискреционо право на министерот или на директорот да избере еден од нив. Квалитетот станува единствениот критериум за вработување, а сите политички, партиски, лични, финансиски и секакви други влијанија на таков начин ќе бидат елиминирани.

Емпириско истражување

За целите на трудот беше спроведено емпириско истражување преку спроведување на анкета во едно од министерствата и неговите подрачни единици во Скопје, Куманово и во Штип.

Главната хипотеза на истражувањето гласи: доколку во институцијата се применува правилна селекција при вработување и истата бележи континуитет на напредок, тогаш таа ќе придонесе за подобри резултати.



Емпириското истражување се спроведе преку анкетен прашалник кој за овој дел се состоеше од три прашања наменети за раководителите и за вработените, а за секое прашање беа понудени по три одговори.

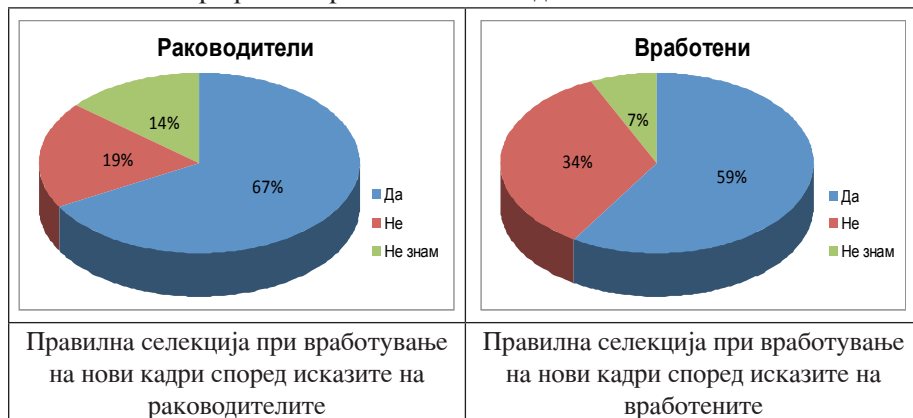
Првото прашање е формулирано на ист начин и за раководителите и за вработените и гласи: Дали сметате дека во Вашата институција се врши правилна селекција при вработување на нови кадри?

Добиените одговори во продолжение се претставени тебеларно и графички.

Табела 1. Селекција при вработување на нови кадри
Table 1. Selection when employing new staff

Поставени прашања	Понудени одговори	Поединечни одговори			
		Раководители		Вработени	
		Вредност	%	Вредност	%
1. Дали сметате дека во Вашата институција се врши правилна селекција при вработување на нови кадри?	Да	14	67	63	59
	Не	4	19	36	34
	Не знам	3	14	7	7
	Вкупно	21	100	106	100
$\chi^2 = 7,087$					

Истото е графички прикажано на следниов начин:



Слика 1. Селекција при вработување во администрацијата
Figure 1. Selection for employment administration

Со обработка на одговорите од двете групи испитаници за првото прашање и пресметаниот χ^2 тест и коефициентот на контингенција е добиено:

$$\chi^2 = 7,087 > \chi^2_{0,05} = 5,991$$

$$C = 0,18$$

Се гледа дека пресметаната вредност за χ^2 -тестот (7,087) е поголема од табличната вредност (5,991), при што може да се заклучи дека одговорите на раководителите и на вработените по ова прашање не се идентични.

Исто така, и коефициентот на контингенција (0,18) покажува дека интензитетот на меѓусебна поврзаност на одговорите, помеѓу одговорите на раководителите и вработените, е многу слаб.

Од табелата, но и од графиконите, може да се забележи дека иако поголем дел од раководителите (67%) сметаат дека се врши правилна селекција при вработување на нови кадри, сепак вработените имаат поинакво мислење во врска со ова прашање и позитивно се изјасниле 59%. Дека не се врши правилна селекција при вработување на нови кадри сметаат 34% од вработените за разлика од раководителите каде што процентот е прилично помал поточно 19%. Што се однесува до понудениот одговор „не знам“ може да се забележи ситуација каде што



двојно е поголем процентот на раководителите кои го избрале „не знам“ како еден од можните одговори, поточно овој одговор го избрале 14% од раководителите и 7% од вработените. Со тоа целосно не се потврдува поставената хипотеза.

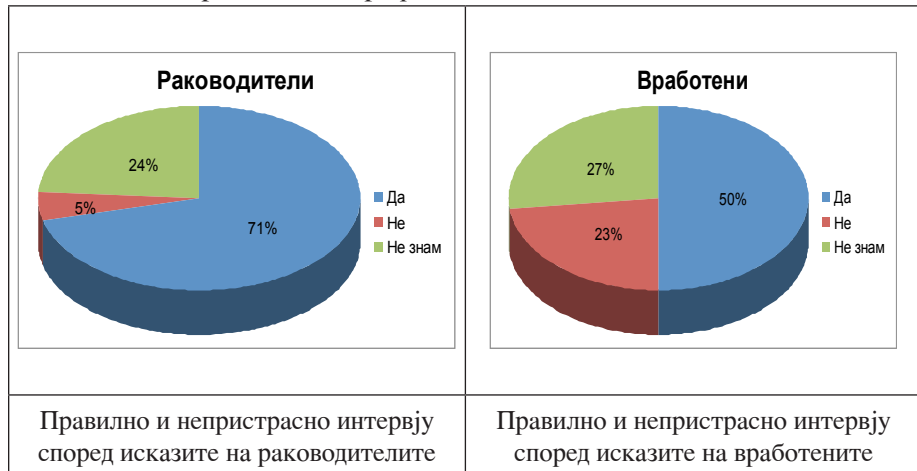
Второто прашање и за двете групи испитаници е формулирано на ист начин и гласи: Дали во Вашата институција при селекција на кандидатите се спроведува правилно и непристрасно интервју?

Добиените одговори во продолжение се претставени тебеларно и графички.

Табела 2. Правилно и непристрасно интервју
Table 2. Proper and unbiased interview

Поставени Прашања	Понудени одговори	Поединечни одговори			
		Раководители		Вработени	
		Вредност	%	Вредност	%
2. Дали во Вашата институција при селекција на кандидатите се спроведува правилно и непристрасно интервју?	Да	15	71	53	50
	Не	1	5	24	23
	Не знам	5	24	29	27
	Вкупно	21	100	106	100
$\chi^2 = 15,393$					

Истото е прикажано и графички на следниов начин:



Слика 2. Правилно и непристрасно интервју
Figure 2. Proper and unbiased interview

Со обработка на одговорите од раководителите и вработените за второто прашање и пресметаниот χ^2 -тест и коефициентот на контингенција е добиено:

$$\chi^2 = 15,393 > \chi^2_{0,05} = 5,991$$

$$C = 0,26$$

Пресметаната вредност за χ^2 -тестот (15,393) е поголема од табличната вредност за χ^2 за 2 степени на слобода и праг на значајност 5% (5,991), при што може да се заклучи дека одговорите на раководителите и на вработените по ова прашање се разликуваат, а коефициентот на контингенција со вредност од 0,26 покажува дека интензитетот на меѓусебна поврзаност помеѓу одговорите на раководителите и вработените е многу слаб.

Табелата и графичкиот приказ покажуваат дека по ова прашање во голем дел се разликуваат позитивните одговори на раководителите и вработените т.е. 71% од раководителите се со позитивни ставови за разлика од вработените каде што овој процент изнесува 50%. Слична ситуација е и со негативните одговори од кои се забележува дека само 5% од раководителите имаат негативен став кон ова прашање, а дури 23% од вработените.



Значи и овде нецелосно се потврдува поставената хипотеза.

Третото прашање и за раководителите и за вработените е поставено на ист начин и гласи: Дали во Вашата институција при вработувањето или унапредувањето доследно се спроведуваат одредбите од Законот за административни службеници (поранешен Закон за државни службеници)?

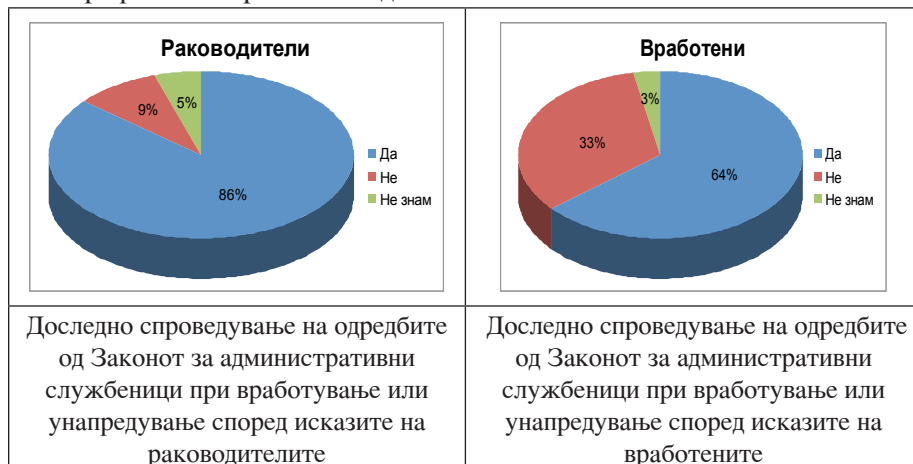
Табеларно и графички добиените одговори се претставени во продолжение:

Табела 3. Спроведување на одредбите од Законот за административни службеници

Table 3. Implementation the provisions of the law Administrative Officers

Поставени Прашања	Понудени одговори	Поединечни одговори			
		Раководители		Вработени	
		Вредност	%	Вредност	%
3. Дали во Вашата институција при вработувањето или унапредувањето доследно се спроведуваат одредбите од Законот за административни службеници (поранешен Закон за државни службеници)?	Да	18	86	68	64
	Не	2	9	35	33
	Не знам	1	5	3	3
	Вкупно	21	100	106	100
	$\chi^2 = 17,441$				

Графичкиот приказ е следниот:



Слика 3. Графичко претставување на третото прашање
Figure 3. Graphic presentation of the third question

Со обработка на одговорите од раководителите и вработените за третото прашање се доби дека пресметаната вредност за χ^2 -тестот е 17,441 која е поголема од табличната вредност за χ^2 за 2 степени на слобода и праг на значајност 5% која изнесува 5,991, при што може да се заклучи дека одговорите на раководителите и на вработените по ова прашање се разликуваат, а коефициентот на контингенција има вредност 0,28 и покажува дека интензитетот на меѓусебна поврзаност помеѓу одговорите на раководителите и вработените е многу слаб.

Табелата и графичкиот приказ покажуваат дека и по ова прашање има прилично несовапаѓање во одговорите на двете групи испитаници. Позитивно кон ова прашање се изјасниле 86% од раководителите и 64% од вработените. Несовапаѓање на одговорите има и кај негативниот став кон ова прашање каде што негативен одговор дале 9% од раководителите и 33% од вработените. Кај третиот понуден одговор, односно како одговор „не знам“ имаат избереено само 5% од раководителите, а 3% од вработените.

Емпириското истражување спроведено во едно од министерствата се состоеше од прашања наменети за раководителите и за вработените во министерството, а имаа можност да изберат само еден од понудените три одговори.

Сумираните резултати, односно одговорите на испитаниците, не ја потврдуваат основната (генералната) хипотеза: доколку во институцијата



се применува правилна селекција при вработување и истата бележи континуитет на напредок, тогаш таа ќе придонесе за подобри резултати.

Согласно со ова, неопходна е потребата министерството да направи корективни активности и вложувања за поквалитетна селекција при вработување.

Заклучок

Примената на транспарентна постапка за вработување и напредување во службата врз основа на принципот на стручност и компетентност се позитивен сигнал за модерна и професионална државна администрација.

Со цел поефикасна, поефективна и поквалитетна администрација, неопходни се средби, обуки и размена на мислења со поискусните и поразвиени администрации. Нивните искуства, начинот на работење и реформите да бидат водилка и пример кој треба да го следат помладите и понеискусни администрации, а во таа насока ЕУ има дефинирано начела и стандарди што треба да се исполнат за да се постигне ефикасна јавна управа. Овие реформи воопшто не се едноставен процес, напротив долгорочни планирани проекти и измени кои треба да бидат реализирани. Праксата карактеристична за балканските земји во која политичките партии сметаат дека е нивно правото да именуваат свои членови на места во државната служба ги исклучува и оддалечува овие земји привремено од патот до ЕУ.

Користена литература

- [1]. Агенција за администрација, преземено на 2 април 2015 г., <http://aa.mk/>
- [2]. Доц. д-р Любомир Стефанов, Невиана Кънева, Снежана Димитрова, (2007) *Софија, Управление на државната администрација*, 100
- [3]. Закон за административни службеници, Сл. весник на Р.Македонија, бр.27 од 5.2.2014 г.
- [4]. *Civil servants act Official Gazette no.92/2005, Article 42* што така и *Zakon o državnim službenicima „Narodne novine“ broj 49/12, članak 42*
- [5]. *Mr. Guy Van-Biesen, (2006) Overview of civil service selection procedures in EU, European Personnel Selection Office (EPSO) Belgium, 7*
- [6]. [Pravdiko.mk, http://www.pravdiko.mk/vrabotuvan-e-vo-drzhavnata-služhba-preku-objavuvan-e-na-javen-oglas/](http://www.pravdiko.mk/vrabotuvan-e-vo-drzhavnata-služhba-preku-objavuvan-e-na-javen-oglas/)



УДК: 005.322:316.46]:303.62
005.21]:005.322:316.46

Оригинален научен труд

ВЛИЈАНИЕТО НА ЛИДЕРСТВОТО ВРЗ ИЗВРШУВАЊЕТО НА СТРАТЕГИЈТА НА ПРЕТПРИЈАТИЕТО

Т. Макаренкова¹

Т. Мицески²

Краток извадок

Лидерството е значајна карактеристика на современиот менаџмент кое влијае во исполнување на стратегиските цели на претпријатието. Затоа менаџерот во организацијата мора да наликува на лидер.

Лидерот во вистинска смисла на зборот мора да е личност која може да влијае врз извршувањето на активностите на подредените-вработените за остварување на стратегиски цели на организацијата.

Во овој труд, при утврдување на значењето на лидерот и исполнување на стратегиските цели на претпријатието се обрна посебно внимание на карактеристиките, стиловите улогата на лидерот во стратегискиот менаџмент.

Клучни зборови: *лидер, менаџер, визија, стратегиски цели, извршување на цели и промени во претпријатието.*

1) Магистерски студии – MBA менаџмент, Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип tatjana.208333@ugd.edu.mk

2) Редовен професор, Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, trajko.miceski@ugd.edu.mk



IMPACT OF LEADERSHIP ON PERFORMANCE OF THE COMPANY STRATEGY

T. Makarenkova³
T. Miceski⁴

Abstract

Leadership is an important feature of the modern management which affect the fulfilment of the strategic objectives of the enterprise. Therefore the manager in the organization must resemble leader.

The leader in the true sense of the word must be a person who can influence in the performance of activities of subordinates, employees, achieving strategic goals of the organization.

In this paper, in determining the meaning of the leader and the fulfillment of the strategic objectives of the company paid special attention to the characteristics, stylistic role of leader in strategic management.

Key words: *leadership, leader, manager, vision, strategic goals, enforcement of strategies, changes in the future.*

Вовед

Во пирамидата на успехот на едно претпријатие лидерството го зазема највисокото скалило. Лидерството е активност во претпријатието со чијашто помош се креираат тимови од луѓе кои заеднички, со чувство на одговорност и припадност ја постигнуваат стратегиската цел во претпријатието.

Карактеристично е да се напомене и дека лидерството е динамичен процес во кој еден поединец влијае врз останатите вработени, ги мотивира да се чувствуваат подготвени и одговорни во достигнувањето на стратегиските цели, како и во извршувањето на тие цели.

Лидерството се дефинира како способност да се влијае врз подредените за да се насочат нивните активности кон исполнувањето на целите на претпријатието. А поаѓајќи од тоа, лидерството може да се дефинира и како способност на лидерот да влијае врз работењето на подредените при исполнувањето на стратегиските цели на претпријатието. Притоа носител во извршувањето на тие цели е токму лидерството кое придонесува кон изградба на современ стратегиски пристап до пазарот.

3) Master studies, MBA – Management, Faculty of Economics, University “Goce Delchev” Shtip. tatjana.208333@ugd.edu.mk

4) Prof. trajce Miceski Ph. D, Faculty of Economics, University “Goce Delchev”- Shtip, trajko.miceski@ugd.edu.mk



Извршување на стратегијата како процес на предвидување на стратегиите во акција

Стратегискиот менаџмент е комплексна целина која е составена од повеќе фази, каде што извршувањето на стратегијата ја претставува третата фаза во процесот на стратегискиот менаџмент преку која се врши директна имплементација на сите претходни активности кои се во процесот на планирање и организирање. Извршувањето на стратегијата е процес со кој менаџерот ги преведува стратегиите во акција со помош на структурата, културата и лидерството. Притоа треба да се потенцира дека формулирањето на стратегијата не претставува гаранција за успешно извршување на стратегијата.

Тоа се две различни активности каде што формулирањето на стратегијата е претежно интелектуален процес што бара концепциска способност и способност за одлучување, додека извршувањето на стратегијата има повеќе оперативен карактер и бара повеќе техничка и комуникациска способност.

Процесот на извршување на стратегијата се разликува во зависност од големината и видот на компанијата. Но сепак, секое извршување на стратегијата ги опфаќа следниве активности: формирање нови одделенија, затворање на некои одделенија, обука на новите вработени, мотивација, унапредување, како и менување на ставовите, верувањата на вработените⁵. Овие активности очигледно значајно се разликуваат од компанија до компанија во зависност од нивните капацитети и способности.

Карактеристично е да се напомене дека извршувањето на стратегијата се одразува на целата компанија, почнувајќи од топ менаџментот, па сè до последното ниво на работници. Па поради тоа треба да се акцентира дека за успешно извршување на стратегијата се неопходни соработка и поддршка од сите нивоа на менаџментот. Како изворите кои влијаат врз менаџерот во водење на компанијата од аспект на спроведување на стратегијата можат да се издиференцираат следните:⁶

- *организациска структура,*
- *култура на компанијата,*
- *лидерството.*

5) Мицески Т. (2010), „Стратегиски менаџмент“ – УГД, Економски факултет - Штип, материјали за потсетување и интерна употреба

6) Мицески Т. (2010), „Стратегиски менаџмент“ – УГД, Економски факултет – Штип, материјали за потсетување и интерна употреба.



Првата група ги опфаќа активностите кои се поврзани со приспособување кон остварување на целите. Втората ги потенцира вредностите, ставовите и верувањата на вработените кои создаваат клима за остварување на стратегијата. А третата го претставува *лидерството*, односно стилови на работењето и способностите на менаџерите за ефикасно извршување на стратегијата.

Под процесот на извршување на стратегијата секогаш се подразбира промена која зависи од применувањето на новата стратегија, зависи и од подготовката на претходните планови, политиката и климата во организацијата.

Промените предизвикуваат определени реакции, притоа типичните реакции кај луѓето спрема промените најчесто вклучуваат: одречување, игнорирање, приспособување и прифаќање на промените.

Формулирањето на стратегијата е битен елемент кој треба да се дефинира за во текот на извршувањето на стратегијата да не дојде до некои тешкотии. Притоа тоа формулирање е потребно со цел да се наведат и очекуваните промени кои можат да настанат во иднина. За да се извршат промените, консултантите и лидерите користат различни активности и техники, како што се разни видови на извештаи, изградба на тимови, трансакциони анализи и други различни пристапи.⁷

Лидерството како елемент и особен аспект за правилно и успешно извршување на стратегијата

Лидерството претставува важен елемент во спроведувањето на стратегијата на компанијата кој претставува трет важен аспект на извршувањето, кој во себе вклучува влијание врз вработените да ги извршуваат активностите поврзани со стратегијата. Квалитетот на лидерството се заснова на личните карактеристики на менаџерите, вклучувајќи такви кои се општи за ефективните лидери и опкружувањето во кое лидерството се извршува. Тоа може да се дефинира и на други начини, како на пример:⁸

- лидерството е процес и сопственост,
- лидерството меѓуперсонално влијание,
- лидерството е динамичен процес на работа во група.

7) Masic Branislav (2010) „Menadzment-principi, koncepti I procesi“, Univerzitet Singidunum, четврто изменjeno i dopunjeno izdanie, Beograd, str. 58

8) Петковски К. (2010), „Деловно лидерство“, Универзитет за лидерство и менаџмент – Скопје, стр.87



Со првата дефиниција лидерството се дефинира како процес кој вклучува користење на влијание без принуда. Лидерството е збир на карактеристики својствени за секој поединец за кој се претпоставува дека успешно ќе го примени споменатото влијание. Втората дефиниција се однесува на лидерството кое се остварува кога една личност е способна да добие согласност од друга личност за остварување на саканите цели на организацијата. А третата се однесува на влијанието на поединецот во определен период, во определен организациски контекст кон другите членови на групата своеволно да се обврзат за остварување на целите или задачите на групата.

Емпироско истражување

*Емпироското истражување*⁹ се спроведе преку анкетен прашалник, кој за овој дел се состои од три прашања, со по три понуден одговори наменети за лидерите во претпријатието и за вработените.

Добиените податоци се прикажани табеларно и графички.

Првото прашање гласи: Дали лидерите убедливо ја презентираат новата стратегија и со тоа овозможуваат навремено извршување на истата во претпријатието? Добиените одговори да, не и не знам се претставени во следнава табела.

Табела 1. Убедливо презентирање на новата стратегија од страна на лидерите за успешно извршување во претпријатието

Table 1. Convincing presentation of a new strategy by the leaders of successful execution in the enterprise

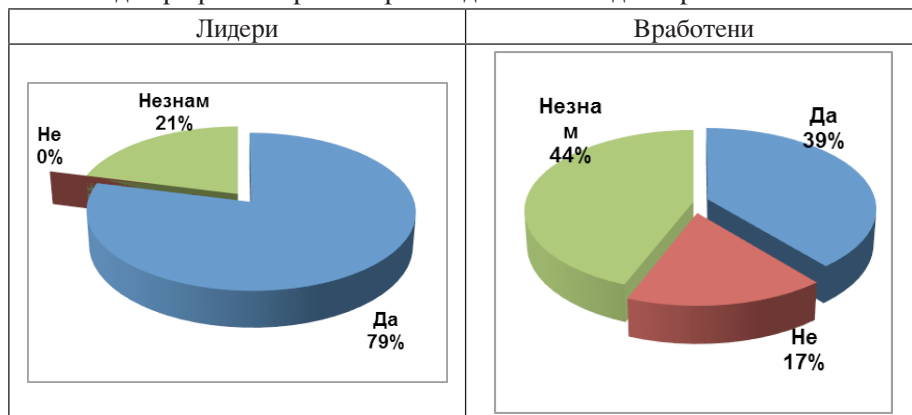
Прашања	Одговори				
		Лидери		Вработени	
		Вредности	%	Вредности	%
1. Убедливо презентирање на новата стратегија од страна на лидерите за успешно извршување во претпријатието.	Да	27	79%	43	39%
	Не	0	0%	18	17%
	Незнам	7	21%	48	44%
	Вкупно	34	100%	109	100%
	$C = 0,40$ $\chi^2 = 38,698$				

9) Ова емпироско истражување е дел од магистерскиот труд на Татјана Макаренкова, под наслов „ЛИДЕРОТ КАКО ЗНАЧАЕН ФАКТОР ВО ИЗВРШУВАЊЕТО НА СТРАТЕГИЈАТА НА ПРЕТПРИЈАТИЕТО”, работена на УГД, Економски факултет - Штип



Забележуваме дека пресметаната вредност за χ^2 изнесува 38,698 и е поголема од неговата таблична вредност (5,991) што претставува гранична вредност од таблицата за χ^2 за 2 степени на слобода и праг на значајност 5%. Одговорите на лидерите и вработените и по оваа прашање не соодествуваат.

Следи графички приказ бр.1 на добиените одговори.



Графикон 1. Убедливо презентирање на новата стратегија од страна на лидерите за успешно извршување во претпријатието
Figure 1. Convincing presentation of a new strategy by the leaders of successful execution in the enterprise

Коефициентот на контингенција изнесува 0,40 што покажува слабо-умерена поврзаност. Табеларниот приказ на добиените одговори од лидерите покажува дека тие во поголем процент сметаат дека постапуваат правилно, односно правилно и убедливо ја презентираат новата стратегија со што овозможуваат за нејзино извршување во организацијата.

Но од добиените резултати од страна на вработените се гледа дека не се потврдува основната хипотеза дека лидерот е значаен фактор во спроведувањето на стратегиите во компанијата, токму поради тоа што акетираните вработени се разликуваат во одговорите од своите лидери, бидејќи само 39% од нив сметаат дека нивните лидери соодветно и убедливо ги презентираат новите стратегии. Но сепак, не треба да се избегне фактот и дека поголем дел од вработените 44% се изјасниле односно заокружиле *не знам*, 17% од вработените се изјасниле дека не се задоволни од презентирање и од извршувањето на новата стратегија од страна на своите лидери. Но загрижува и фактот за лидерите кои 21% не се



информирани дали соодветно ја презентираат, односно немаат изградено мислење во врска со прашањето поради тоа одговараат со *не знам*.

Второто прашање гласи: Дали лидерите влијаат во создавањето на добра работна атмосфера и во подобрување на условите за работа во претпријатието? Добиените одговори *да, не и не знам* се претставени во следнава табела.

Табела 2. Влијанието на лидерите во создавањето на добра работна атмосфера и во подобрувањето на условите за работа во претпријатието
Table 2. Impact of the leaders in creation a good working environment and improving conditions in the enterprise

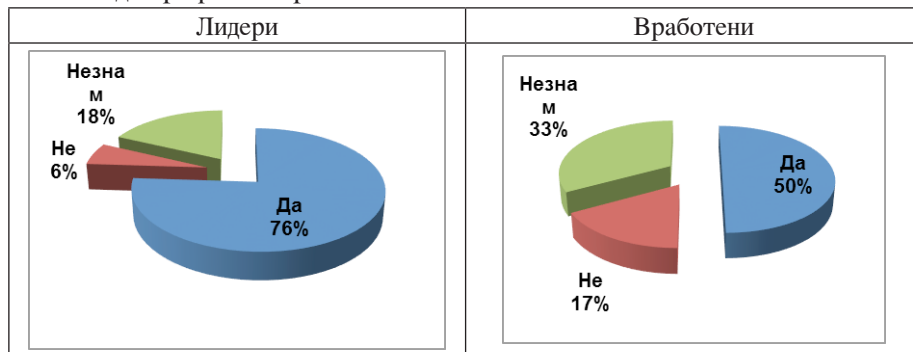
Прашања	Одговор				
		Лидери		Вработени	
		Вредности	%	Вредности	%
2. Дали лидерите влијаат во создавањето на добра работна атмосфера и во подобрување на условите за работа во претпријатието	Да	26	6%	54	50%
	Не	2	6%	18	17%
	Не знам	6	18%	37	33%
	Вкупно	34	100%	109	100%
					$\chi^2 = 14,834$

И овде се гледа дека пресметаната вредност за χ^2 -тестот изнесува 14,834 што е поголема од табличната вредност за χ^2 за 2 степени на слобода и праг на значајност 5% што изнесува 5,991. Со тоа се укажува дека одговорите на лидерите и вработените и по оваа прашање не се истоветни.

Коефициентот на контингенција има вредност од 0,26 и покажува многу слаб интензитет на меѓусебна поврзаност помеѓу одговорите на лидерите и вработените. Од ова може да се заклучи дека не е исполнета поставената хипотеза врз која се базира ова емпироско истражување.



Следи графички приказ.



Графикон 2. Влијанието на лидерот во создавањето на добра работна атмосфера и во подобрувањето на условите за работа во претпријатието
Figure 2. The influence of the leaders in creating a good working environment and improving working conditions in the enterprise

Значи од табеларниот и од графичкиот приказ, како и од пресметаниот χ^2 -тест, се гледа дека во прикажувањето на реалната ситуација: дали лидерите влијаат во создавањето на добра работна атмосфера и во подобрување на условите за работа во претпријатието се добиени различни искази на лидерите и на вработените. Иако поголем дел на лидерите (околу 76%) сметаат дека во организацијата владее пријатна работна атмосфера и соодветни работни услови од страна на раководителите, сепак вработените даваат малку поинаква слика. Според нив, работната атмосфера во организацијата и условите на коишто се нудат на работното место е на пониско ниво (околу 50%). А, 18% од лидерите и 33% од вработените имаат неутрален став по оваа прашање. Додека, пак, 6% од лидерите се изјасниле со *не*, а 17% од вработените одговориле дека во организацијата нема добра работна атмосфера и нема соодветни работни услови.

Третото прашање гласи: *Дали лидерите ги мотивираат вработените за подобро да ги извршуваат работните задачи?* Добиените одговори *да*, *не* и *не знам* се претставени во следнава табела.

Табела 3. Мотивираноста на вработените од страна на лидерите за подобро да ги извршуваат работните задачи

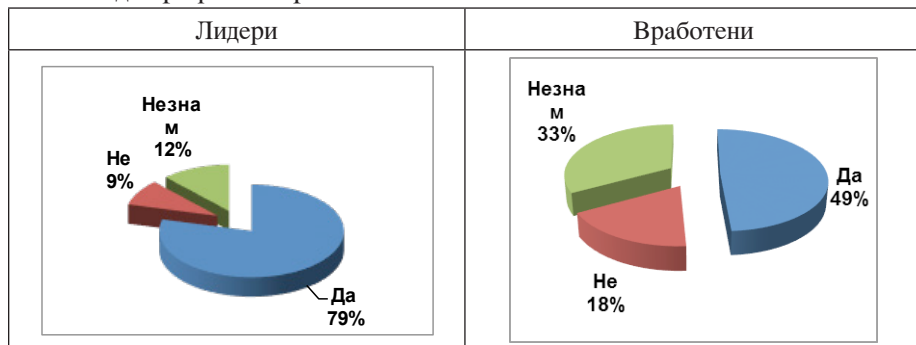
Table 3. Staff motivated by leaders to better perform their tasks

Прашања	Одговори				
		Лидери		Вработени	
		Вредности	%	вредности	%
3. Мотивираност на вработените од страна на лидерите за подобро да ги извршуваат работните задачи.	Да	27	79%	53	49%
	Не	3	9%	18	18%
	Не знам	4	12%	33	33%
	Вкупно	34	100%	109	100%
$C = 0,30$					
$X^2 = 19,831$					

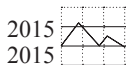
Добиената вредност за χ^2 изнесува 19,831 што е доста поголема вредност од табличната за χ^2 за 2 степени на слобода и праг на значајност 5% ,со што се покажува дека одговорите на лидерите и вработените не соодејствуваат, а и коефициентот на контингенција ($C=0,30$) е слаб.

Најголем дел од лидерите (79%) сметаат дека ги мотивираат вработените за подобро да ги извршуваат работните задачи, како и големиот број на вработени (49%) кои го изразиле своето мислење дека нивните лидери се трудат да ги мотивираат за тие правилно да ги извршуваат работните задачи.

Следи графички приказ:



Од сумираните резултати на емпирското истражување покажува дека не се потврдува основната хипотеза дека *лидерот е значаен фактор во спроведување на стратегијата на компанијата и доколку тој се одликува со изграден вредносен систем на вистински вредности и визионерски способности, дотолку повеќе ќе биде убедителен кај*



вработените за успешно извршување на стратегијата на организација. Затоа е потребно континуирано оспособување на лидерите за подобрување на перформансите, раководењето и работењето.

Заклучок

Лидерството претставува значаен фактор во извршувањето на стратегијата што прозлегува од неговите лидерски способности, а не од моќта и власта што ја има со тоа што е на раководна позиција во претпријатието.

Тоа претставува клучен сегмент во спроведување на стратегиите како начин преку кој ќе се извршат стратегиските цели и насоки на каде треба да се движи компанијата.

Притоа за лидерството да има главна функција во извршувањето на стратегиите тоа треба да биде носител на промените, развојот и соработката помеѓу вработените.

Но, истражувањето покажа дека во истражуваните претпријатија вработените иако сметаат дека лидерите се значаен фактор во спроведување на стратегијата на компанијата сепак не настапуваат убедливо кај вработените за успешно извршување на стратегијата на организација. Затоа е потребно нивно континуирано оспособување за подобрување на перформансите, раководењето и работењето.

Успешното лидерство зависи од исполнувањето на одредени предуслови без кои не би постоело да се извршат стратегиските определби на компанијата. Всушност, оваа важна компонента лидерството ја постигнува преку воспоставување на кординација и влијание на сите нивоа во компанијата.

Користена литература

- [1]. Мицески Трајче (2010), „Стратегиски менаџмент“ –УГД, Економски факултет – Штип, материјали за потесетување и интерна употреба Петковски Константин (2010), „Деловно лидерство“, Универзитет за лидерство и менаџмент – Скопје,
- [2]. Masic Branislav (2010), “Menadzment-principi, koncepti i procesi” Univerzitet Singidunum, cetvrto izmenjeno i dopunjeno izdanie, Beograd
- [3]. Ivancevic J. Konopaske R. Mateson M (2005) „Organizational Behavior and Menagment, Boston, Schermenrhorn J Hunt J. Osborn R (2005) „Organizational Behavior, New York:John Wiley & Sons
- [4]. Wren Daniel A. Daniel Dan Voich Jr. (1994), „ Management, Process, Structure and Behavior, (Menadzment: proces, struktura i ponasanje, Poslovni sistem, Grmec” –A.D.”Privredni pregled”, Beograd),



ВЛИЈАНИЕТО НА РАКОВОДИТЕЛИТЕ ВРЗ ОРГАНИЗАЦИСКОТО ОДНЕСУВАЊЕ НА ВРАБОТЕНИТЕ, СО ОСВРТ НА МВР

Сашо Арсовски¹
проф. д-р Трајко Мицески²

Апстракт

Проучувањето и разбирањето на организациско однесување, пред сè, треба да им помогне на раководителите, односно менаџерите во организацијата при конструирање и градење на замислена стратегија со помош на којашто ќе се постигне обликување на организациските активности и ќе се овозможи успешно реализирање на поставените цели на работната организација. Анализата на организациското однесување поаѓа од човечката личност, како активен фактор кој влегува во организацијата со определено искуство и лични карактеристики.

Човекот, односно вработеното лице во организацијата, во определена ситуација се однесува на еден начин којшто може да придонесе или, пак, да не придонесе за да се реализираат зацртаните цели.

Целта на организационото однесување е разбирање, предвидување, обликување и влијање врз однесувањето на луѓето во организациите и надвор од неа, заради подигнување на нивото на организационите параметари и задоволства на членовите на организацијата.

Клучни зборови: *раководители, организација, вработени, карактеристики.*

1) Сашко Арсовски, постдипломец, Економски факултет УГД - Штип

2) Трајко Мицески, проф. Економски факултет, УГД-Штип



IMPACT OF THE LEADERS ON THE ORGANIZATIONAL BEHAVIOR OF THE EMPLOYEES, SO REVIEW THE INTERIOR MINISTRY

Saso Arsovski
Trajko Miceski

Abstract

The monitoring on organizational behavior before should be to help the managers or the manager of the organization in the design and development of this strategy envisioned by means of which it will achieve the shaping of organizational activities, and will enable the successfully implementation of the objectives in labor organizations. The analysis of the organizational behavior starts of human personality as an active factor that enters into the organization are defined experience and personal characteristics.

Man, that person in the organization in a specific situation refers to one way that you can contribute or not to contribute to be realized defined aims. The purpose of organizational behavior is understanding, predictions, and shaping on the behavior of the humans in organizations and abroad, due to raising the level of the organizational parameters and pleasures to themselves guests of the organization..

Key words: *Executives, organization, employees, characteristics.*

1. Вовед

Побрзата стапка на раст на БДП на земјите во развој ја зголеми стапката на конвергенција. *Организационо однесување* е насочено кон проучување на *однесувањето на луѓето во организацијата* и надвор од неа при нејзиното преставување, потоа на проучување на основните фактори кои влијаат на организацијата и однесувањето и методите кои можат да се користат со што би се влијаело на однесувањето во организациите.

Целта на организационото однесување е да го дефинира однесувањето на луѓето - вработени во организациите и претставувањето на организацијата надвор кај деловните партнери или клиентите, да ги предвиди и во одредена мерка колку тоа е можно да влијае врз однесувањето на вработените со цел да се подобрат перформансите на организацијата и се зголеми нивното задоволство.

Потребата од познавањето на организационото однесување е во тоа што укажува дека однесувањето на луѓето не е секогаш можно во потполност да се разбере, ни да се предвиди, а посебно да се контролира.



Тоа се потпира на менаџментот, но црпи многу идеи и теории од другите хуманистички науки, првенствено од психологијата.

2. Поим и суштина на организациското однесување

„Организациското однесување ја заменува институцијата и чувството при донесување на одлуки со осознавање на концепциите, теориите и техниките за подобро управување со однесувањето во организацијата. Ова е разбирливо ако се има предвид дека чувството и интуицијата во многу ситуации можат да бидат погрешни, односно да нема претстава за вистински мотиви за однесување на луѓето, а со тоа и одлуките да бидат погрешни”³.

Организацијата претставува збир на луѓе кои дејствуваат взаеднички во работниот процес со цел да ги реализираат сопствените замисли, цели и интереси. „Организациите не се формираат само заради целите на бизнисот, туку и заради предностите што ги нудат во однос на работата на посебните индивидуалци”⁴.

„Предмет на истражување на организациското однесување претставува анализа на разбирање на однесувањето на поединецот, групите и организацијата како целина. Додека, пак, целта е да се разбере денешното комплексно работење, а со тоа да се подобри поединецот и вкупниот ефект од работењето со едновремено зголемување на задоволството на вработените”⁵.

Процесот на организациско однесување, пред сè, треба да биде насочен кон повеќе правци, односно кон:

- севкупната анализа на однесување на поединецот во работната организација;
- анализа на однесувањето помеѓу групата и поединците;
- анализирање на процесот на однесување кој постои помеѓу групите во институцијата, односно организацијата.

Затоа е потребно да се направи детален продор во сите овие анализи со целосно запознавање со сите нивни детали.

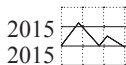
3. Поврзаноста на менаџментот и организациското однесување

„Менаџментот како универзален процес на ефикасно и ефективно

3) Организациско однесување, Економски факултет, Скопје, 2007 година, стр. 5

4) Cantrell S. Challenges and Best Practices in Measuring High-Eng Knowledge Work, Accenture Institute for Strategic Change, 2001, str 23

5) Организациско однесување, Економски факултет, Скопје, 2007 година, стр.7



извршување на работата и ангажирање на потребните ресурси вклучува конкретна координација на материјални и човечки ресурси во однос на ефикасно и ефективно реализирање на поставените цели”⁶. Имајќи ги предвид големиот број на погледи кон менаџментот, може да се прифати општиот поглед дека тој претставува процес кој опфаќа повеќе фази и тоа: планирање, организирање, координирање, мотивирање и контролирање.

„Планирањето е комплексно и подразбира соочување со неизвесност и ризик. Знаењата од областа на организациското однесување имаат големо значење за менаџерите во оваа фаза”⁷.

Организирањето како фаза на менаџментот воспоставува една целосна структура на односи во помош на коишто сите вработени во организацијата соработуваат во рамки на организациски единици. Врз основа на организирање, се создава групирање на вработените во повеќе групи и организациски единици.

Со помош на координирањето, голем број на поединци и групи се групираат по организациски единици со самата организација каде што истите тие постојано соработуваат се со цел да ги уогласат актиностите со помош на кои што ќе постигнат поголема ефикасност.

Додека пак, со помош на мотивирањето се воспоставува една добра основа за разбирање на севкупното однесување на вработените по пат на идентификување на сите техники со помош на кои се создава поттикнување на вработените за реализирање на зацртаните цели. Како последна фаза во процесот на менаџментот е контролирањето со помош на коешто менаџерите во организацијата го оценуваат организациското извршување на поставените цели на организацијата.

Врз основа на сето ова претходно наведено, се доаѓа до констатација дека концептите и теориите на организациското однесување на менаџментот му овозможуваат да ја процени и разбере настанатата ситуација. Организациското однесување на располагање има повеќе концепти и теории со помош на коишто се овозможува целосно разбирање за сите настанати проблеми на работното место.

4. Улогата на раководителите во организациското однесување

За реализирање на работата, раководителите на организацијата исполнуваат повеќе улоги во кои се вбројуваат:

- меѓуперсонални улоги;
- улоги на одлучување;
- информативни улоги.

6) Kotler, P., Marketing Management (10th ed.). New Jersey, 2000, str. 78

7) Организациско однесување, Економски факултет, Скопје, 2007 година, стр.14



Секоја од овие улоги се дефинира како активност којашто раководителите ја преземаат за реализирање на менаџерските функции.

Меѓуперсоналните улоги во целост го опфаќаат однесувањето на раководителот во меѓуперсоналните негови контакти со други лица. Ваквите улоги гледано во глобала се социјални улоги кои се однесуваат на улоги каде што менаџерот, односно раководителот има задача да примени еден адекватен начин на однесување кон другите лица.

„Улогата на контакти ги опфаќа менаџерските односи коишто раководителите кои воспоставуваат со лица коишто се надвор од организацијата, при што со помош на ваквата улога раководителот создава конкретна мрежа на односи кои се од хоризонтален карактер. Со помош на оваа улога, раководителот го гради, а воедно и го одржува сопствениот систем на контакти кој е заснован на статус”⁸.

Информативните улоги на раководителот опфаќаат такви улоги кои опфаќаат активности кои, пред сè, се поврзани со процесот на информирање, па во ваков случај раководителот се јавува во вид на:

- набљудувач;
- пренесувач;
- толкувач на информации.

На ваков начин раководителот во компанијата или пак институцијата претставува еден конкретен нервен систем.

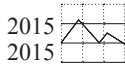
Раководителите во организацијата, односно главните менаџери се тие коишто постојано треба да ги согледуваат сите неопходни улоги што треба да се преземат во групата за да се оставарат зацртаните цели. Врз основа на ова, менаџерот треба да делува во онаа насока којашто води кон намалување на оние улоги што создаваат ослабување на степенот на функционирање на групата.

Примената на различни видови на одлуки во еден ист период може да создаде и појава на еден меѓусебен конфликт на улоги само во оние случаи кога поединците согледуваат дека реализирањето на некоја улога може да го отежни процесот на реализација на некоја друга улога.

5. Емпириско истражување

Со цел поцелосно да се испита влијание на раководителите врз организациско однесување на вработените, извршено е емпириско истражување преку повеќе прашања. Истражувањата се вршени надвор од работните места преку анкетирање на раководители и вработени лица

8) Cantrell S.Challenges and Best Practices in Measuring High-Eng Knowledge Work, Accenture Institute for Strategic Change, 2001, str 66



во подрачните единици на Министерството за внатрешни работи, во: Штип, Струмица, Прилеп и Скопје. Од анкетираниите 35 раководители 32 одговорија на поставените прашања, а од 120 анкетирани вработени на сите прагања одговорија 99 вработени.

Прагањата беа исти, но посебно наменети за раководителите и за вработените.

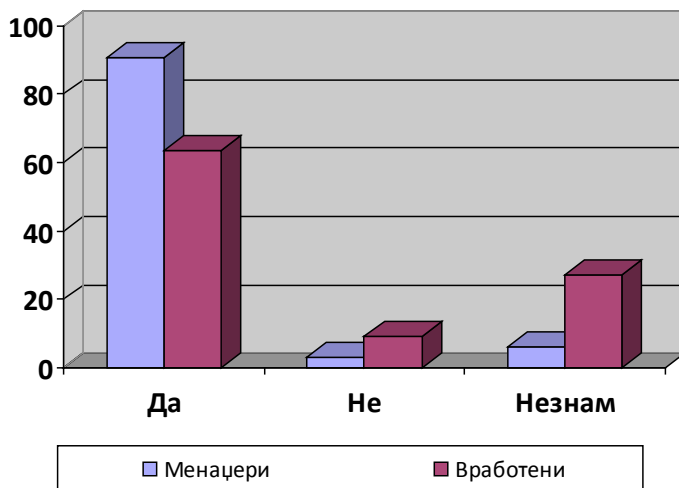
Така, едно од прашањата за раководителите гласеше: Дали во институцијата во која работите, сметате дека правилно се однесувате на Вашето раководно, работно место? А додека за вработените гласеше: Дали во институцијата во која работите сметате дека Вашиот раководител правилно се однесува, согласно со неговото работно место?

Дадените одговори ги прикажуваме во табела 1.

Табела 1. Однесување на раководителите на нивното работно место
Table 1. Behavior heads of their workplace

Прашање / Question	Одговори / Answers				
	Менаџери / Managers			Вработени / Employees	
		Вредности / Values	%	Вредности / Values	%
Дали во институцијата раководителот правилно се однесува, согласно со неговото работно место?	Да	29	90,63	63	63,64
	Не	1	3,13	9	9,09
	Не знам	2	6,25	27	27,27
	Вкупно / Total	32	100%	99	100%

Следи графичкиот приказ



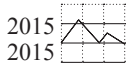
Графикон 1. Однесување на раководителите на нивното работно место
Graphic 1. Behavior heads of their workplace

Резултатите од добиените податоци по ова прашање со пресметани вредности на χ^2 -тестот и коефициентот на контингенција покажуваат дека:

$$\chi^2 = 20,819 > \chi^2_{0,05} = 5,991$$
$$C = 0,307$$

Анализата поврзана со ова прашање кое се однесува на однесувањето на раководителите на нивното работно место од графичкиот и табеларниот приказ покажува релативно мали, но видливи разлики во одговорите на раководителите и вработените. Најголемиот процент од вработените (90,63%) и вработените (63,64%) сметаат дека раководителите правилно се однесуваат согласно со нивниот раководен статус.

Вредноста од пресметаниот χ^2 -тест (20,819) е поголема од табличната вредност за χ^2 за два степени на слобода и праг на значајност 5% што изнесува 5,991. Според коефициентот на контингенција ($C=0,307$) е утврден слаб интензитет на меѓусебната поврзаност на одговорите дадени од страна на менаџерите и вработените.



Процентуалните разлики во тврдењата и добиената вредност на пресметаниот χ^2 тест (20,819), која е поголема од табличната вредност (5,991), како и добиената вредност на коефициентот на контингенција упатуваат на заклучокот дека не е потполно исполнета поставената хипотеза која гласеше: доколку раководителите правилно се однесуваат на работното место, тогаш истите ќе даваат пример на вработените за правилно организациско однесување.

Со цел во институциите да преовладува правилно организациско однесување, потребно е да се врши унапредување на истото.

Слични одговори беа и на другото поставено прашање: Дали во институцијата постои задоволство од однесувањето на раководителите, според вработените. Но заради просторот на трудот нема да биде анализирано

Заклучок

Процесот на организациско однесување, пред сè, треба да им помогне на раководителите, односно менаџерите во организацијата при конструирање и градење на замислена стратегија со помош на којашто ќе се постигне обликување на организациското однесување кое ќе води единствено кон реализирање на поставените цели на работната организација. Анализата на организациското однесување поаѓа од човечката личност како активен фактор кој влегува во организацијата со определено искуство и лични карактеристики. Човекот, односно вработеното лице во организацијата во определена ситуација се однесува на еден начин којшто може да придонесе или, пак, да не придонесе за да се реализираат зацртаните цели.

Вработените во организацијата спроведуваат, односно извршуваат голем број на задолженија и активности врз основа на коишто ги остваруваат сопствените замисли и идеи и во многу се под влијание на однесувањето на раководителите.

Истражувањето покажа дека со цел во институциите да преовладува правилно организациско однесување, потребно е да се врши унапредување на истото, со давање на пример на раководителите.

Користена литература

- [1]. Организационо однесување, Економски факултет, Скопје, 2007 година
- [2]. Cantrell S. Challenges and Best Practices in Measuring High-Eng Knowledge Work, Accenture Institute for Strategic Change, 2001
- [3]. Kotler, P., Marketing Management. (10th ed.). New Jersey, 2000
- [4]. Cantrell S. Challenges and Best Practices in Measuring High-Eng Knowledge Work, Accenture Institute for Strategic Change, 2001



УДК: 005.21:005.591.6]:303.62.025(497.7)
005.21:005.591.6]:303.62.025(430)

Оригинален научен труд

ВЛИЈАНИЕТО НА ТЕХНОЛОГИЈАТА И ИНОВАЦИИТЕ ВРЗ КРЕИРАЊЕТО НА МЕНАЏМЕНТ СТРАТЕГИЈА НА ПРЕТПРИЈАТИЕТО

М.Панева¹
Т.Мицески²

Апстракт

Во овој научноистражувачки труд е објаснето влијанието на технологијата и иновациите врз процесот на креирање на правилна менаџмент стратегија. Промените што постојано се случуваат во надворешното опкружување стануваат критичен фактор за работењето и успехот на претпријатието. Со тоа се јавува потребата за постојано проучување на опкружувањето, моменталната состојба и согледување на можностите што тоа може да му ги пружи на претпријатието. Во тој поглед, се објаснува, стратегискиот менаџмент како континуиран процес на создавање успешни конкурентски стратегии. Во процесот на стратегискиот менаџмент посебно внимание е посветено на технологиите и иновациите. Имајќи предвид дека технологијата денес е распространета насекаде, значајна и застапена во сите активности со кои се занимава човекот, може да кажеме дека секоја активност што произведува вредност користи некоја технолошка помош која ги комбинира купените инпути и човечките ресурси за да произведе некој аутпут. Иновацијата во суштина претставува унапредување на технологијата.

Клучни зборови: *конкурентска предност, инвестиции, промени, унапредување, истражување и развој.*

1) Магистерски студии – МБА менаџмент, Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, marina.208314@ugd.edu.mk

2) Редовен професор, Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, trajko.miceski@ugd.edu.mk



THE IMPACT OF TECHNOLOGY AND INNOVATION ON THE CREATION OF THE ENTERPRISE MANAGEMENT STRATEGY

M.Paneva³

T.Miceski⁴

Abstract

This scientific-research project explains the impact of technology and innovation on the process of creating a proper management strategy. The changes that are constantly occurring in the external environment are becoming a crucial factor for the operation and success of the enterprise. This rises the need to constantly study the environment, the current situation and to consider the possibilities that it can extend its enterprise. In this regard it explains the strategic management as a continuous process of creating successful competitive strategies. In the process of strategic management special attention is paid to technology and innovation. Given that today's technology is available everywhere and also in any activity that produces value uses some technological assistance that combines purchased inputs and human resources to produce an output. Innovation is essentially a further development of technology.

Key words: *competitive advantage, investment, change, improvement, research and development.*

Вовед

Секое претпријатие кое настојува да оствари одржлива конкурентска предност на пазарот мора да посвети посебно внимание на развојот на технологијата и на воведувањето на иновации во вработувањето.

Технолошките промени се најважните фактори кои можат да ги променат правилата на конкуренција. Но тие не се значајни сами по себе. Тие се важни ако влијаат на конкурентната предност и индустријата структура. Ако основните преокупации на современите претпријатија е да се создаде конкурентна позиција на пазарот, тогаш тоа веќе не е можно само преку трошоците на постојните производи или услуги, нивниот квалитет и опсег на избор, туку на најмногу со брзината со која компанија може да

3) Master studies, MBA – Management, Faculty of Economics, University “Goce Delchev” Shtip. marina.208314@ugd.edu.mk

4) Prof. Trajce Miceski Ph.D, Faculty of Economics, Goce Delchev University, Stip, trajko.miceski@ugd.edu.mk



воведе нови и супериорни производи. Сето ова зависи од технологијата и иновациите во производството и бизнис процеси.

Обемот и брзината на иновациите се должи на зголемувањето на масата на научни, во првенствено технолошкиот развој и нивната практична примена преку комерцијализацијата. Тоа е зашто инвестирањето во истражување и развој е тесно поврзано со развојот на идните бизниси. Иднината на земјата и нејзината економија да се креираат нови работни места и благосостојба на нејзините граѓани, вклучително и позицијата во глобалната економска односи, првенствено зависи од нејзината технолошка сила. Затоа, не треба да се игнорира вистинската проценка и евалуација на секое технолошко поле, компаниите и општеството како целина и тековните технолошки достигнувања.

1. Улогата на стратегискиот менаџмент и неговата координираност со технологијата и иновациите

Главно внимание од областа на менаџментот се посветува на тоа претпријатијата да бидат поефикасни преку планирање и контрола на внатрешните операции. Меѓутоа, турболентноста во опкружувањето, динамиката на промените и независноста што произлегува од неа, влијаат врз брзиот развој на стратегиското планирање, а потоа и врз стратегискиот менаџмент. Промените што постојано се случуваат во надворешното опкружување стануваат критичен фактор за работењето и успехот на претпријатието. Со тоа се јавува потребата за постојано проучување на опкружувањето и согледување на можностите што тоа може да му овозможи на претпријатието, согледување на моменталната ситуација, како и можноста преку изнаоѓање на нова технологија во производството или имплементација на нов иновативен производ или начин на производство да се зголеми конкурентноста на пазарот. Одржлива конкурентна предност е можна само преку вршење различни активности од ривалите или вршење на слични активности на различни начини. Една компанија со добра стратегија мора да направи јасен избор за она што сака да постигне. Обидувајќи се да се направат она што го прават ривалите, на крајот води до меѓусебни разорни цени на конкуренцијата и нема долгорочна предност.⁵

2. Стратегијата на технолошкиот развој

Прашањето за технолошка стратегија е од огромно значење за секое претпријатие, бидејќи од избраната технологија зависи неговата конкурентска предност. Претпријатието ја одредува стратегијата на

5) Michael E. Porter, What Is Strategy?, Harvard Business Review, February 2000, 4-20



технолошкиот развој врз основа на: утврдените политики и стратегијата на технолошкиот развој на повеќе нивоа, оценетите можности за технолошки развој во претходниот период и сега и на крај, оценка и вреднување на можните технолошки алтернативи за развој. Алтернативни можности можат да бидат: нови технологии како резултат на сопствен истражувачко-развоен потенцијал, нови технологии како резултат на хоризонталниот трансфер на технологија во рамки на една држава и нови технологии како резултат на хоризонтален трансфер на технологија во странство.

Технолошката стратегија мора интегрално да се набљудува во состав на бизнис стратегијата и мора да се размислува за допирните точки и меѓусебното влијание на технолошките и останатите функции во составот на бизнис стратегијата. Динамиката на технологијата е во фокусот на интересите на современите претпријатија, бидејќи станува збор за витален ресурс за нивна континуирана конкурентност. Технолошката стратегија треба да одговори на четири општи прашања:

1. Технолошки лидер или технолошки следбеник;
2. Формулирање на технолошка стратегија;
3. Лиценцирање на технологијата;
4. Односот помеѓу технологијата и претпријатието.

3. Иновациски стратегии

Иновационата стратегија на претпријатието се однесува на носење стратешки одлуки од областа на развој на нови производи, услуги, процеси, со кои се усогласуваат способностите на претпријатието и можностите во опкружувањето, заради остварување на долгорочните цели на претпријатието. Основа за донесување на иновациона стратегија е бизнис стратегијата на претпријатието и таа има улога на посредник помеѓу претпријатието и опкружувањето во областа на иновативноста. Сепак, иновационата стратегија мора константно да биде во склад со технологијата, маркетингот, производството и другите функционални стратегии.

Иновационата стратегија се базира на бизнис моделот и технологијата на претпријатието. Американскиот професор Nick Donofrio ја дефинира иновацијата како своја способност за креирање нова вредност во делот на работата и технологијата... Не можеме да се потпреме само на инвенција или технологија за успех.⁶ Според тоа, за едно претпријатие да биде успешно во реализирање на иновацијата потребно е да ги комбинираат

6) Davila, Tony, Marc J. Epstein and Robert Shelton. Making Innovation Work - How to Manage It, Measure It, and Profit from It. Wharton School Publishing, 2006



технолошките промени со промените на бизнис моделот. Постојат три области во кои иновационата стратегија се врзува за промените на бизнис моделот:

1. *Планирана вредност* - онаа вредност која се продава и испорачува на пазарот;
2. *Синцир на добавување* - начинот на којшто се креира и испорачува планираната вредност на пазарот;
3. *Целни потрошувачи* - оние потрошувачи на коишто им се испорачува оваа вредност.

Важни прашања поврзани со иновационата стратегија на претпријатието се:

- Кога да се лансира иновацијата (временска стратегија односно време на влез);
- Каде да се лансира новиот производ (просторна стратегија);
- Кон кого да биде насочена стратегијата (потенцијални купувачи на целниот пазар);
- Како да се воведе (воведување на пазарна стратегија).

4. Емпириско истражување

Емпириското истражување, извршено преку анкетањето на вработените и менаџерите во Македонија и Германија директно на терен, вклучува и пообемно истражување преку интернет од причини што денес интернетот се јавува како најзначаен медиум за информирање на најновите технолошки и иновативни достигнувања. Сумираните резултати од анкетниот прашалник од емпириското истражување се претставени табеларно, по што следи подетална анализа на добиените одговори за секое прашање поединечно.

Прво прашање - Дали претпријатието креира стратегија за создавање на успешна конкурентска предност на пазарите, со преферирање на современа технологија и иновации? Резултатите од добиените одговори на ова прашање се прикажани табеларно во табела 2.1. и графички на слика 13.1.



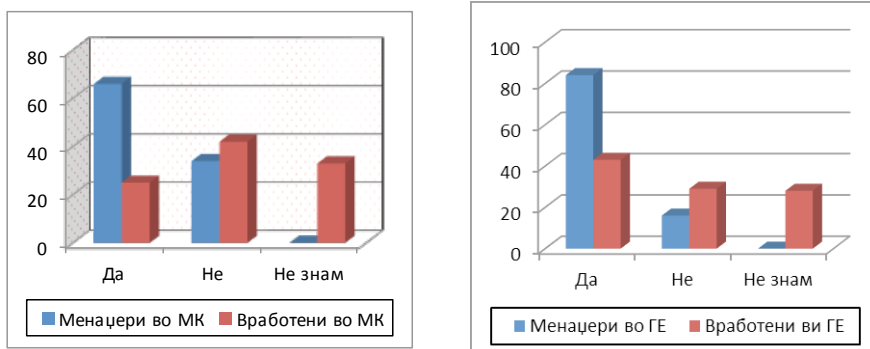
Табела 2.1. Табеларен приказ на одговорите на менаџерите и вработените на првото прашањето

Table 2.1. Table of responses to managers and employees on the first question

Прашања/ Questions	Понудени одговори / Answer Options	Одговори / Answers							
		Менаџери во МАКЕДОНИЈА/ Managers in MACEDONIA		Менаџери во ГЕРМАНИЈА/ Managers in GERMANY		Вработени во МАКЕДОНИЈА/ Employees in MACEDONIA		Вработени во ГЕРМАНИЈА/ Employees in GERMANY	
		резултат/ results	%	резултат/ results	%	резултат/ results	%	резултат/ results	%
1. Дали претпријатието креира стратегија за создавање на успешна конкурентска предност на пазарите, со преферирање на современа технологија и иновации?	Да	25	66	41	84	27	25	48	43
	Не	13	34	8	16	45	42	33	29
	Не знам	0	0	0	0	36	33	31	28
	Вкупно/ Total	38	100	49	100	108	100	112	100

Пресметаните χ^2 и C за Р. Македонија изнесуваат: $\chi^2 = 71,629$ и $C = 0,514$

Пресметаните χ^2 и C за Германија изнесуваат: $\chi^2 = 61,984$ и $C = 0,486$



Слика 13.1. Графички приказ на одговорите на менаџерите и вработените на првото прашањето

Figure 13.1. Graphic display of answers to managers and employees on the first question



Од резултатите се забележува дека пресметаната вредност за χ^2_1 и χ^2_2 е поголема од табеларната вредност $\chi^2_{0,05}$ која изнесува 5,991. Ова покажува дека добиените фреквенции отстапуваат од очекуваните фреквенции, односно дека одговорите на вработените и менаџерите во Македонија и Германија не соодветствуваат. Коефициентот на контингенција (С) кој ја покажува висината (јачината) на поврзаност помеѓу двете групи на одговори и кој изнесува $C_1 = 0,514$ за Македонија и $C_2 = 0,486$ за Германија, индицира дека меѓузависниот модалитет на испитуваните варијабли е умерено слаб.

Со тоа, без разлика што, менаџерите во Македонија и во Германија го делат мислењето дека нивните организации креираат правилни менаџмент стратегии за создавање и одржување на конкурентската позиција на пазарот, не се потврдува поставената генерална хипотеза, бидејќи пресметаните вредности на χ^2 -тестовите и за Р.Македонија и за Германија се повисоки од теоретската вредност. Тоа очигледно се гледа и од одговорите на вработените и во двете земји кои сметаат дека недоволно и неправилно се креираат менаџмент стратегии во организациите.

Второ прашање - Колкав процент од својот буџет издвојува Вашето претпријатие за истражување и развој? Резултатите од добиените одговори на ова прашање се прикажани табеларно во табела 2.2. и графички на слика 13.2.

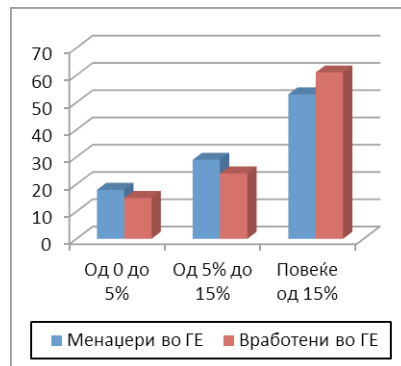
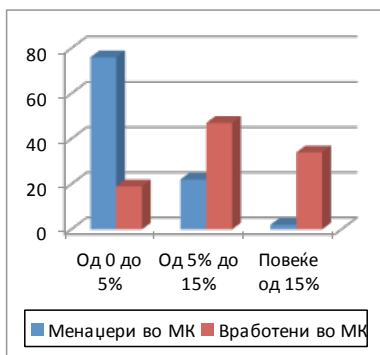


Табела 2.2. Табеларен приказ на одговорите на менаџерите и вработените на второто прашањето
Table 2.2. Table of responses to managers and employees on the second question

Прашања/ Questions	Понудени одговори / Answer Options								
		Менаџери во МАКЕДОНИЈА/ Managers in MACEDONIA		Менаџери во ГЕРМАНИЈА/ Managers in GERMANY		Вработени во МАКЕДОНИЈА/ Employees in MACEDONIA		Вработени во ГЕРМАНИЈА/ Employees in GERMANY	
		резултат/ results	%	резултат/ results	%	резултат/ results	%	резултат/ results	%
2.Колкав процент од својот буџет издвојува Вашето претпријатие за истражување и развој?	Од 0 до 5%	29	76	9	18	20	19	17	15
	Од 5% до 15%	8	22	14	29	51	47	27	24
	Повеќе од 15%	1	2	26	53	37	34	68	61
		38	100	49	100	108	100	112	100

Пресметаните χ^2 и C за Р. Македонија изнесуваат: $\chi^2 = 71,702$ и C = 0,514

Пресметаните χ^2 и C за Германија изнесуваат: $\chi^2 = 1,306$ и C = 0,081



Слика 13.2. Графички приказ на одговорите на менаџерите и вработените на второто прашањето
Figure 13.2. Graphic display of answers to managers and employees on the second question

Од резултатите се забележува дека пресметаната вредност за χ^2_1 е поголема од табеларната вредност $\chi^2_{0.05}$, што покажува дека добиените фреквенции отстапуваат од очекуваните фреквенции, односно дека одговорите на вработените и менаџерите во Македонија не соодветствуваат. Пресметаната вредност за χ^2_2 е 1,306 и е помала од табеларната вредност $\chi^2_{0.05}$, што значи дека одговорите на испитаниците од Германија умерено соодветствуваат. Коефициентот на контингенција (С) изнесува $C_1 = 0,514$ за Македонија и $C_2 = 0,0,081$ за Германија, што индицира дека меѓузависниот модалитет на испитуваните варијабли е умерен за Македонија и многу слаб за Германија.

Од табеларниот и графички приказ и пресметаните вредности се гледа дека Македонија издвојува многу малку средства од својот буџет за истражување и развој, како и воведување на нови технологии и иновации. За разлика од неа, Германија претставува земја која е водечка во Европа по обемот на вложувања во истражување и развој, што резултира со висок профит и висока конкурентска позиција на пазарот. *Од ова може да се заклучи дека делумно се потврдува поставената прва помошна хипотеза, дека доколку едно претпријатие вложува повеќе во истражување и развој, нови технологии и иновации, тоа сигурно ќе резултира со висока профитабилност и економска успешност.*

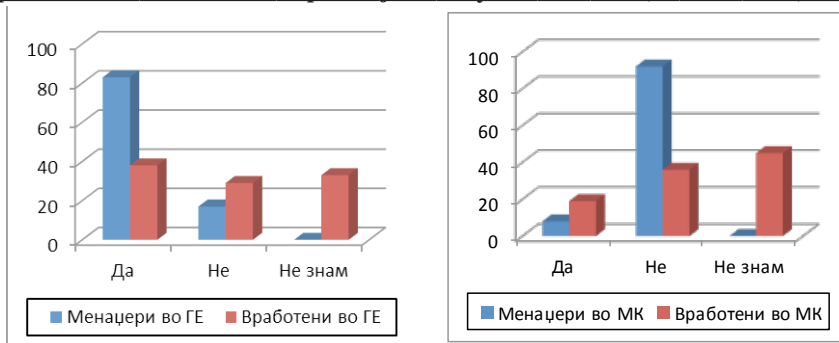
Трето прашање - *Дали во Вашето претпријатие постои оддел за истражување и развој или, пак, соработува со надворешно-истражувачка институција?* Резултатите од добиените одговори на ова прашање се прикажани табеларно во табела 2.3. и графички на слика 13.3.



Табела 2.3. Табеларен приказ на одговорите на менаџерите и вработените на третото прашањето
Table 2.3. Table of responses to managers and employees on the third question

Прашања/ Questions	Понудени одговори / Answer Options	Одговори / Answers							
		Менаџери во МАКЕДОНИЈА/ Managers in MACEDONIA		Менаџери во ГЕРМАНИЈА/ Managers in GERMANY		Вработени во МАКЕДОНИЈА/ Employees in MACEDONIA		Вработени во ГЕРМАНИЈА/ Employees in GERMANY	
		резултат/ results	%	резултат/ results	%	резултат/ results	%	резултат/ results	%
3. Дали во Вашето претпријатие постои оддел за истражување и развој или, пак, соработува со надворешно- истражувачка институција?	Да	3	8	41	83	20	19	42	38
	Не	35	92	8	17	39	36	33	29
	Не знам	0	0	0	0	49	45	37	33
	Вкупно/Total	38	100	49	100	108	100	112	100

Пресметаните X^2 и C за Р. Македонија изнесуваат: $X^2 = 73,981$ и $C = 0,520$
Пресметаните X^2 и C за Германија изнесуваат: $X^2 = 52,866$ и $C = 0,457$



Слика 13.3. Графички приказ на одговорите на менаџерите и вработените на третото прашањето

Figure 13.3. Graphic display of answers to managers and employees on the third question



Од резултатите се забележува дека пресметаната вредност за χ^2_1 и χ^2_2 е поголема од табеларната вредност $\chi^2_{0,05}$. Ова покажува дека добиените фреквенции отстапуваат од очекуваните фреквенции, односно дека одговорите на вработените и менаџерите во Македонија и Германија не соодветствуваат. Коефициентот на контингенција (С) изнесува $C_1 = 0,520$ за Македонија и $C_2 = 0,457$ за Германија, што индицира дека меѓузависниот модалитет на испитуваните варијабли за Германија е многу слаб, додека за Македонија е умерено слаб.

Од табеларниот и графички приказ и пресметаните вредности се гледа дека во многу малку претпријатија во Македонија постои оддел за истражување и развој или, пак, многу малку од нив соработуваат со некои надворешно-истражувачки институции, како универзитети, истражувачки центри и сл. За разлика од нив, во повеќето германски претпријатија постојат оддели за истражување и развој, и многу од нив имаат надворешна соработка со истражувачките центри. Тоа води до заклучок дека во Германија има поголеми и поразвиени претпријатија, каде што е наметната потребата за развивање на овој оддел како дел од работата. Со ова делумно се прифаќа првата помошна хипотеза, која укажува на позитивното влијание од воведувањето на овој оддел.

5. Заклучок

Основната цел на секоја организација е да создаде конкурентска предност која е единствена и која тешко ќе се копира од останатите организации. За да се оствари таа цел, неопходно е организациите да посветуваат внимание на процесот на формулирање правилна менаџмент стратегија, која особено е во надлежност на стратегискиот менаџмент.

Задачата на стратегискиот менаџмент е постојано приспособување на претпријатието на променлива околината, во која врз претпријатието постојано влијание опкружувањето, а со тоа и претпријатието, треба да врши влијание врз опкружувањето, во кое тоа егзистира и се приспособува. Тоа имплицира постојано осовременување на производството, воведување на нови и софистицирани технологии, иновирање на производите, услугите, како и процесот на производство во секое претпријатие. Цел на секое претпријатие е преку менаџмент стратегијата со примена и воведување на нови технологии и иновации во процесот на производство или услуги да влијае кон зголемување на конкурентската позиција на претпријатието на конкурентниот домашен и меѓународен пазар.

Овој труд, спроведеното емпириско истражување и креираниот модел со цел да се сфати улогата на технологијата и иновациите во стратегискиот менаџмент. Во денешното конкурентно и турбулентно опкружување, во



постојаната трка со времето, кога секој се обидува да биде подобар од другите, потребно е постојано следење на состојбите и континуирано унапредување на стратемскиот менаџмент преку истражување и развој, слушање на идеите на вработените и нивно вклучување во процесот на иновирање, инвестирање во нови технологии, следење на најновите трендови, воведување на нови производи, услуги и процеси. Само преку правилно насочено, високо концентрирано и навремено делување претпријатието ќе постигне висока конкурентност, економски развој и повисока профитабилност.

Користена литература

- [1]. Michael E. Porter, What Is Strategy?, Harvard Business Review, February 2000
- [2]. Davila, Tony, Marc J. Epstein and Robert Shelton. Making Innovation Work - How to Manage It, Measure It, and Profit from It. Wharton School Publishing, 2006
- [3]. Мицески Т.: Стратемски маркетинг, Економски факултет, УГД – Штип, 2013



УЛОГАТА НА ЗАДОЛЖНИЦАТА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА КАКО ФИНАНСИСКИ ИНСТРУМЕНТ

Давид Тоневски

Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип

Краток извадок

Задолжницата претставува ефикасно средство со помош на коешто се овозможува обезбедување на сите оние побарувања коишто постојат помеѓу правните субјекти во една земја. Врз основа на задолжница, гледано од практична гледна точка, се прескокнува една цела судска постапка којашто може да трае и долгогодишен временски период.

Во Република Македонија, една година пред да биде донесена задолжницата, во јавноста постоеше став дека ваквиот инструмент требаше да биде воведен уште многу одамна, како резултат на тоа што во државите во Европа постојат разни модели врз основа на коишто се регулирани односите помеѓу земјите и фирмите. Предноста кај задолжницата е тоа што истата поседува карактер на извршна исправа што подразбира дека доколку субјектот не успее да ги наплати севкупните побарувањата, тогаш во такви случаи може да се активира извршителот, односно да се спроведе процес на извршување на побарувањето коешто е произлезено од задолжницата. Заолжницата како инструмент се воведува со цел да се избегне процесот на презадолженост на компаниите, со што се штитат доверителите од сите оние т.н. лоши должници.

Клучни зборови: *задолжница, финансиски инструмент, Република Македонија, извршна исправа, побарувања, должници.*



THE ROLE OF THE PROMISSORY NOTE IN THE COUNTRY AS A FINANCIAL INSTRUMENT

David Tonevski

Faculty of Economics, University “Goce Delchev”, Stip

Abstract

The Promissory note is an effective means by which it allows the provision of all the requirements that exist between the legal entities in the country. Based on Promissory note viewed from a practical point of view it skips an entire court proceedings which may take long time.

In the Republic of Macedonia, a year before a Promissory note public stance was that this instrument should have been introduced long ago, due to the fact that across Europe there are various models based on that regulated relations between the countries and the companies. The Advantage in the Promissory note is that it possesses the character of an executive document which means that if the entity fails to pay then the overall claims in such cases can be activated agent, ie to implement a process of enforcement of the claim which is derived from Promissory note. The Promissory note as an instrument is introduced in order to avoid the process of indebtedness companies, thus protecting those creditors etc. bad borrowers.

Keywords: *Promissory note, Financial Instruments, Republic of Macedonia, Executive document, Order, Borrowers.*

Вовед

Задолжницата претставува таква исправа со чијашто помош должникот, односно трговско друштво кое е регистрирано согласно со Законот за трговски друштва, дава целосна согласност сите плаќања на неговите обврски кон определен доверител да бидат извршени по присилен пат од сите негови сопствени сметки кај сите носители на платниот промет. Целокупната примена на задолжницата создава позитивни ефекти врз финансиската дисциплина на фирмите, при што истата се воведува со цел да се креира еден ефикасен инструмент за наплата на побарувањата кој ќе придонесе за драстично намалување на неплатени обврски, засилување на економската активност во државата, како и подобрување на ликвидноста на стопанството. Донесувањето на Законот за финансиска дисциплина во Република Македонија претставува еден конкретен резултат на бизнис заедницата, односно истиот беше донесен по директно барање на Сојузот



на стопанските комори, кој имаше еден договор со Владата на Република Македонија, договор кој укажуваше дека кога ќе заврши процесот на раздолжување врз основа на ДДВ, како и врз основа на останати обврски што се случи во февруари 2013 година, во побрз рок што е можно побргу да биде донесен еден ваков конкретен закон.

Како инструмент за наплата, првичната поволност на задолжницата се изразува преку нејзиниот извршен карактер врз основа на којшто се подобрува севкупната финансиската дисциплина. Меѓутоа, и покрај сето ова, задолжницата не поседува таква моќ со која би го решила недостигот на ликвидност кој се дефинира како основен економски проблем креиран од страна на неподмирениите обврски на јавниот сектор кој го сочинуваат централна власт, локални власти како и јавните претпријатија во една земја. Големото значење на овие обврски произлегува од фактот дека големиот сегмент од бизнисот во приватниот сектор е целосно поврзан со процесот на набавките и плаќањата на јавниот сектор.

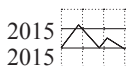
1. Карактеристики на задолжницата

Задолжница претставува исправа врз основа на која должникот - трговско друштво дава согласност плаќањето на неговите обврски кон одреден доверител да биде спроведено по присилен пат од сите негови сметки, при што доколку задолжницата не се наплати од паричните средства, задолжницата може да се наплати и од друг имот како извршна исправа.

Во минатото беа креирани и едни претходни законски промени врз основа на коишто јавниот сектор беше тој којшто си обезбеди еден значителен простор во кој започна да одложува и преговара за неговите сопствени обврски кон фирмите. Врз основа на ова, задолжницата е таа која што се однесува на обврските на приватниот сектор. „Доколку во една земја би постоел таков инструмент со кој би се зголемила сигурноста при наплатата на сопствените побарувања на фирмите од страна на државата, тогаш сето тоа би можело барем привидно да ја намали ризичноста на фирмите во однос на барањето кредит од страна на банките, па како резултат на сето ова настанува една таква ситуација каде што ќе се подобри пристапот кредити наменети за покривање на потребите од ликвидни средства на самата фирма”¹.

Во голем број на европски земји, како што е Германија, не постои никаков временски период од 60 дена, туку напротив, постојат едни обврски коишто треба да се платат веднаш или пак во оној временски период кога државата ќе поседува средства со помош на коишто ќе ги

1) <http://www.pravdiko.mk/wp-content/uploads/2013/11/mooo.pdf>



подмири постоечките обврски. Меѓутоа, постојат и такви земји каде што во однос на наплатата функционираат и се применуваат и други законски решенија.

2. Конструирање на задолжницата во Република Македонија по примерот на Хрватска

Задолжницата во Република Македонија е конструирана по примерот на Хрватска. Законот за финансиско работење и претстечајни спогодби во Хрватска претставува моќно оружје за спречување на неликвидноста и дисциплинирање на должниците, при што најинтригантните одредби од овој закон се севкупните кратки рокови за исплаќање на долговите коишто се насочени кон земјата и фирмите и стриктните услови за почитување на истите тие. „Во Република Македонија поголемот дел од фирмите се премногу насочени кон целосна соработка со државата, па како резултат на тоа нивниот фокус не е насочен кон освојување на домашниот и странскиот пазар“². Врз основа на најавите за појава и примена на овој финансиски инструмент, Сојузот на стопански комори на Македонија уште во 2012 година застапа цврсто на сопствениот став дека треба да му се даде шанса на ваквиот нов инструмент.

Во 2012 година Хрватска беше соочена со фактот дека финансиска дисциплина не функционира без кратки рокови за исплаќање на долгот, а исто така во оваа земја задолжницата не се покажа како ефикасна. Како резултат на ова истата година од страна на оваа земја беше објавена војна на неликвидноста. Во Хрватска истата година севкупната вредност на сите неисплатени побарувања изнесуваше цели 6 милијарди евра, при што како резултат на сето ова подолго од една година беа блокирани сметките на вкупно 56.778 компании. За разлика од Хрватска, во Република Македонија официјални бројки во однос на сето ова сеуште нема. Применувајќи го изградениот хрватски модел, од септември 2012 година во нашата земја започна да се применува задолжница како финансиски инструмент, со знак прашалник дали примената на ваквиот инструмент ќе ја поправи финансиската дисциплина во земјава. Во тој временски период голем дел од експертите во нашата земја потенцираа дека задолжницата може во целост да ја поправи севкупната финансиската дисциплина, меѓутоа дека истата не поседува таква можност со којашто би го решила појавениот основен економски проблем. Експертите цврсто го бранеа нивниот основен став дека поволноста на задолжницата се изразува преку нејзиниот извршен карактер врз основа на којшто се финансиската дисциплина. Меѓутоа задолжницата, како што и претходно потенциравме,

2) https://ener.gov.mk/files/propisi_files/report



не може да го реши недостигот од ликвидност како основен економски проблем, којшто е креиран од страна на неизмирениите обврски на јавниот сектор, коишто обврски поседуваат одреден степен на важност.

Во однос на финансиската дисциплина голем број хрватски експери во 2012 година сметаа дека во нивната земја менталитетот е тој што тешко се менува. Во однос на финансиската дисциплина во оваа земја беше донесен закон, чијашто примена стартуваше на 1 октомври 2012 година, закон кој предвидува конкретни рокови на исплата и до цели 30 дена. Ваквиот хрватски чекор претставуваше една јасна порака којашто беше упатена до сите стопанственици дека локалната самоуправа и државата во временски период од 30 дена ќе вршат исплата со исклучок на здравствениот сектор, каде што е предвиден временски рок од вкупно 60 дена. Врз основа на нивниот закон фирмите ќе можат да договорат во време од 60 дена, меѓутоа по сето тоа тие ќе мораат да платат. Со ваквите чекори во тоа време Хрватска испрати јасна порака дека сите даноци ќе треба да бидат платени точно навреме, па врз основа на тоа со време ќе треба да бидат подмирени и сите обврски. „Должниците се тие коишто си создадоа еден начин на однесување, па врз основа на тоа од стопанствениците беше побарано своите обврските кон вработените и добавувачите да ги стават во прв план”³.

Кога станува збор за финансиската дисциплина во земјите низ светот Финците се тие коишто се најдисциплинирани во Европа, бидејќи тие редовно ги подмируваат своите обврски за временски период од некаде 25 дена. Во однос на Европа состојбата е шарена, при што во Германија и во нордиските земји постои една одредена стабилност, додека земјите од Југоисточна Европа се соочуваат со голем број проблеми. Врз основа на ваквите податоци и информации сопствениците на фирмите прават обиди да се справат со ликвидносните проблеми по пат на целосно намалување на временските рокови за плаќање, па врз основа на ова договорениот рок за наплата во ЕУ се движи некаде од 32 до 36 дена.

3. Донесување на Законот за финансиска дисциплина

Законот за финансиска дисциплина во Република Македонија стапи на сила од 1 април 2014 година, меѓутоа истиот беше донесен на 30 декември 2013 година. Севкупната првична цел на овој Закон беше да се подобри финансиската дисциплина помеѓу овие оператори. Ваквиот Закон претставува еден нов револуционерен закон, тргнувајќи од фактот дека за првпат во историјата на нашата земја се вклучени и сите државни институции во рамките на ваквиот Закон.

3) <http://vlada.mk/node/2003>



„Законот за финансиска дисциплина содржи одредени точки и членови коишто цврсто ќе треба да бидат целосно доработени, но гледано во глобала Законот е добро конструиран и дава можност да се подобри финансиската дисциплина по пат на поредовно плаќање помеѓу економските оператори и државните институции”⁴.

Ваквиот Закон не дава можност да бидат целосно расчистени обврските коишто постојат помеѓу компаниите, затоа што некои компании имаат големи историски долгови што датираат од некој претходен период. Како и кај секој Закон, така и кај Законот за финансиска дисциплина постоеја повеќе тешкотии при почитувањето и имплементација во почеток, бидејќи одредени компании поседуваат обврски или пак голем број на ненаплатени побарувања како резултат на претходно доставени фактури, а сега им доспеваат плаќања врз основа на новиот Закон. Со ваквиот Закон на некој начин компаниите се тие кои што ќе треба да пронајдат еден конкретен модус да го пребродат целокупниот ваков период.

4. Функционирање и примена на задолжницата во Република Македонија

Задолжницата како финансиски инструмент е конкретен проект на ССК. Задолжницата се применува како во земјите од регионот, така и пошироко. Во однос на задолжницата се појави еден конкретен проблем кај оние претпријатија коишто во своето работење имаат повеќе партнери. Имено, тука проблемот е од аспект на администрација и од аспект на зголемениот број на трошоци. Кај една компанија којашто има стотина партнери на кои им испорачува конкретен производ многу е тешко административно да се пристапи кон склучување задолжница кон овие клиенти.

Меѓутоа, задолжницата многу добро функционира во оние услови каде што севкупната сума е драстично поголема, при што во вакви услови задолжницата си го пронаоѓа сопственото место и дава очекувани резултати⁵. Во Законот за финансиска дисциплина на Република Македонија постојат таксативно наведени одредби врз основа на коишто во 2014 година рокот за плаќање на државните институции беше 120 дена, а оваа 2015 година рокот за плаќање на овие институции е 90 дена, додека пак од 2016 година ќе важат сите услови коишто важат за економските оператори.

4) <http://www.pravdiko.mk/zakon-za-finansiska-distsiplina/>

5) Врз основа на ова, задолжницата со тек на време ѝ се дава шанса да ја покаже нејзината ефикасност и функција.



Севкупното движење и кондиција на компаниите во Република Македонија се наоѓа во една континуирана неликвидност како резултат на неподмирени обврски кои што се дадени врз основа на дадени производи или услуги. Во однос на претходното наведено, станува збор за еден процес на долгување на државата кон фирмите, долгување на фирмите помеѓу себе, како и долгување на фирмите кон државата како резултат на различни основи. Претходно наведената процедура се движи во еден позитивен правец, затоа што овие законски и преземени иницијативи креираат еден процес на подобрување на тековното работење и тековната ликвидност на фирмите.

Врз основа на Законот за задолжница, во Република Македонија истата се издава само во еден примерок при должничко доверителски односи помеѓу правните лица. Врз основа на Законот, задолжницата не смее да биде издадена на правно лице кое што има блокирана сметка, лице за кое што во Трговскиот регистар кај Централниот регистар има евидентирано податоци за постапка за стечај или ликвидација, лице на коешто е изречена санкција забрана за вршење дејност и слично. Задолжницата е составена од страна на нотар врз основа на системот за водење на регистар на задолжници кој генерира единствен број на задолжницата. Откако задолжницата ќе биде составена, нотарот е тој којшто електронски ја потпишува и ја печати преку системот за водење на регистарот на задолжници и ја заверува согласно со одредбите од Законот. „Задолжницата е издадена со денот на заверка пред нотар“⁶. Врз основа на сето ова, Централниот регистар е тој којшто ја известува Клириншката куќа за бројот на трансакциската сметка, единствениот матичен и даночен број на должникот кои што се наведени во задолжницата.

Во задолжницата како финансиски инструмент задолжително се внесува: називот, седиштето, единствениот матичен и даночен број на доверителот, основот врз основа на којшто задолжницата се издава, износот на севкупното побарување, датумот на достасување и краен рок за доставување, а на крајот во задолжницата се внесуваат и местото и датумот на издавање, како и потпис на должникот и доверителот.

Исто така, во задолжницата се внесува и изјавата на должникот дека тој се согласува севкупниот износ на побарувањето, кој е означен на задолжницата да се наплати по присилен пат од сите негови сметки кај носителите на платниот промет и од целиот негов движен и недвижен имот.

Во оние случаи кога севкупните обврски што се врз основа на задолжница не се платени до датумот што ја опфаќа нејзината достава

6) Закон за задолжница, Сл. весник на Р. Македонија, бр.59 од 11.5.2012 година

тогаш во такви ситуации, доверителот поднесува барање за наплата најдоцна до денот кој што е наведен на задолжницата како краен рок. Доверителот е тој кој што задолжително во задолжницата ја приложува изјавата којашто е заверена на нотар врз основа на којашто под полна морална, кривична и материјална одговорност во целост го потврдува неплатениот износ на севкупното побарување по задолжницата и бројот на сметката на доверителот на кој што ќе треба да бидат пренесени средствата од сметката на должникот. Она барање за наплата кое е поднесено по крајниот временски рок за доставување на барањето за наплата, носителот на платен промет нема да го прими. Носителот поседува должност во рок од два работни дена од денот на добивањето на барањето преку Клириншката куќа да достави конкретно комплетирано известување до Централниот регистар дека доверителот е тој кој што бара наплата на задолжницата.

По добивање на барањето за наплата носителот на платен промет поседува должност да постапи на начин за извршување на решенијата за присилна наплата, меѓутоа ако доверителот не поднесе барање за наплата на побарувањата по задолжницата во наведениот краен временски рок, тогаш во такви случаи обврските по задолжницата престануваат. Централниот регистар ја брише од регистарот на задолжници онаа задолжница за која не е поднесено комплетно барање за наплата во последниот временски рок за доставување на барањето за наплата, при што ваквото бришење се спроведува по истекот на три дена од крајниот рок за доставување на барањето за наплата на задолжницата. Носителот на платен промет е должен на денот на наплатата, преку Клириншката куќа, да го известува Централниот регистар за секоја извршена наплата врз основа на задолжница, Задолжницата како финансиски инструмент поседува карактер на извршна исправа. По повлекувањето на задолжницата во рок од 15 дена од доверителот од носителот на платниот промет може да иницира една постапка со којашто се овозможува присилно извршување на задолжницата, при што во вакви околности нотарот е должен да стави потврда за извршност на повлечената задолжница којашто е поднесена од страна на доверителот. Веднаш по добивањето на пријавата, Централниот регистар е должен во регистарот на задолжници да ги евидентира приемот на задолжницата кај извршителот и наплатите, а со тоа да ја избрише задолжницата. Меѓутоа, ако во временски период од 20 дена од денот на добивањето на известувањето не биде поднесена пријава, Централниот регистар е должен од регистарот на задолжници веднаш да ја избрише задолжницата. Во однос на задолжницата, битно е да се нагласи дека Централниот регистар е должен по добивањето на барањето веднаш да ја избрише задолжницата од регистарот на задолжници.

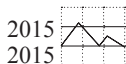


Задолжителното издавање задолжница меѓу компаниите требаше да стапи на сила во април 2014 година. Во меѓувреме државата и бизнисот се согласиле дека Законот за финансиска дисциплина, кој е веќе во функција, воведува јасни рокови и одредби за одговорност на должниците, со што се обезбедува повисока заштита на доверителите.

Заклучок

Врз основа на хрватскиот модел, во Република Македонија беше применета задолжницата како финансискиот инструмент, при што во тој временски период започна исплата на долгот кон стопанството. Меѓутоа, уште од тој временски период остана целосно отворено прашањето колку овие мерки ќе имаат севкупно влијание врз финансиската дисциплина во земјава.

Законот за финансиска дисциплина во Република Македонија стапи на сила од 1 април 2014 година, меѓутоа истиот беше донесен на 30 декември 2013 година. Врз основа на овој Закон се регулирани и сите рокови за плаќање, при што процесот за плаќање се однесува на временски период од вкупно 60 дена, или во 120 дена доколку се поседува соодветна писмена согласност која што е дадена од страна на доверителот. Според овој Закон, доверителот, онаа страна којашто дава соодветен производ, во ваквиот случај не поседува никаква обврска врз основа на којашто ќе покрене некоја конкретна активност која опфаќа процес на наплата на своите сопствени побарувања. Како резултат на ова, врз основа на Законот, должникот е тој којшто поседува обврска да го почитува во целост временскиот рок од 60 или 120 дена и врз основа на тоа да ја подмири сопствената обврска. Меѓутоа, доколку сето ова не се случи, при инспекција од страна на Управата за јавни приходи сето тоа ќе биде евидентирано како еден вид на прекршок, за што ќе следат високи парични казни. Ваквата ситуација оди во корист на малите компании, бидејќи навистина често ваквите компании кога работат со други претпријатија коишто имаат поголема економска моќ, многу тешко донесуваат одлука да започнат конкретна судска процедура да ги наплатат своите побарувања. Задолжителното издавање на задолжницата требаше да стапи на сила, меѓутоа во 2014 година државата и бизнисот се согласиле дека Законот за финансиска дисциплина воведува јасни одредби за одговорност на должниците, со што се обезбедува повисока заштита на доверителите.



Користена литература

- [1]. Закон за задолжница, Сл. весник на Р. Македонија, бр.59 од 11.5.2012 година
- [2]. Закон за финансиска дисциплина, Службен весник на РМ, број 187/13 и 201/2014
- [3]. Правдико, Предлог на Закон за изменување и дополнување на Законот за задолжница -<http://www.pravdiko.mk/wp-content/uploads/2013/11/mooo.pdf>
- [4]. Влада на РМ, Задолжница-нов владин инструмент -<http://vlada.mk/node/2003>
- [5]. Правдико, Закон за финансиска дисциплина, <http://www.pravdiko.mk/zakon-za-finansiska-distsiplina>



ИМПЛЕМЕНТАЦИЈАТА НА ЕЛЕКТРОНСКОТО БАНКАРСТВО, НЕГОВИТЕ ПРЕДНОСТИ И НЕДОСТАТОЦИ ВО БАНКАРСКИОТ СЕКТОР ВО РМ

Маја Лешева¹

Краток извадок

Она што денес се случува во банкарството во светот слободно би можело да се нарече технолошка револуција. Примената на информатичката технологија придонела на многумина корисници на банкарски услуги да им го олесни животот, а пак на банките да им обезбеди поефикасно работење.

Современите банки при своето функционирање мора постојано да ја докажуваат својата вредност и да го оправдаат своето постоење.

Во Р.Македонија е забележан забрзан развој на електронското банкарство во последните две години. Значително е зголемен бројот и видот на услуги кај банките, меѓутоа евидентно е дека македонските физички и правни субјекти во недоволна мера се запознати со концептот на електронско банкарство. Тоа се должи и на фактот што не постојат доволно информации кои би го доближиле до корисниците електронскиот начин на работа, односно истите би се запознале со предностите на електронското банкарство.

Клучни зборови: *платежни картички, електронски пари, финансиски институции, компјутерска технологија, банкарски производи.*

1) Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Економски факултет/ Финансии и банкарство
maja.mitrova@ugd.edu.mk



IMPLEMENTATION OF E –BANKING, HIS ADVANTAGES AND DISADVANTAGES IN THE BANKING SECTOR IN R.M

Maja Lesheva

Abstract

What happens today in the banking world could also be called technological revolution. The application of information technology has contributed to many of the users of banking services make life easier, while the banks to provide more efficient performance.

Modern banks in its operation must continually prove their worth and justify its existence.

In Macedonia, the rapid development of e-banking is observed in the last two years. Significantly increased the number and type of services for banks, but it is evident that the Macedonian physical and legal entities, insufficiently familiar with the concept of electronic banking. This is due to the fact that there are not enough information that would approaching to users electronic mode, that they would be familiar with the advantages of electronic banking.

Keywords: *credit cards, electronic money, financial institutions, computer technology, banking products.*

1. Дефинирање на електронското банкарство

Е-банкарство (*eng. e-banking*) е општ поим за процесите преку кои корисникот може да извршува банкарски трансакции по електронски пат, без посета на институцијата надлежна за трансакцијата.

Комитетот за банкарска супервизија од Базел го дефинира поимот е-банкарство како „дистрибуција на банкарски услуги и производи на нов начин, преку електронски канали. Овие банкарски услуги и производи вклучуваат: банкарски депозити и кредити, сметководствен менаџмент, како и обезбедување други производи и услуги (пр. е-готовина) за електронско плаќање“.²

Дефинирањето на електронското банкарство се разликува помеѓу различни истражувачи, поради тоа што истото опфаќа различни услуги кои можат да се остварат преку различни уреди и во различна форма.

Појавата на електронското банкарство го промени традиционалниот начин на банкарско работење. Промените во технологијата, конкуренцијата

2) Electronic Banking Services - Брошура



на пазарот и тековното работење влијаеле и на начинот на работа на банките.

Претходно клиентите со цел да извршат одредени банкарски работи морале да бидат физички присутни во банката. Меѓутоа со воведувањето на електронското банкарство истите активности можат да ги извршуваат по електронски пат за многу пократко време и помали трошоци по трансакција.

2. Причини што ја предизвикале појавата на е-банкарство

Во почетокот банкарската индустрија била конзервативна и склона на традиционални и проверени методи. Меѓутоа, поради зголемениот обем на трансакции во платниот промет и физичките и финансиските ограничувања станало невозможно истите да се извршуваат на веќе постоечкиот начин, па потребата од воведување на електронски пренос на средствата во традиционалниот платен промет станала неминовна.

Овие промени во начинот на работење на банките и развојот на електронското банкарство се поврзани со воведувањето и сè поголемата употреба на компјутерската и телекомуникациската технологија во процесот на обработка и пренос на податоци и информации. Усовршувањето на технологијата носи крупни и еволутивни технолошки промени при функционирањето на банките и другите финансиски институции.

Подоцна праксата покажала дека електронскиот пренос на средствата значи многу повеќе од замена на книжните документи, како и на традиционалниот пренос со електронски, туку истиот придонесува за раст на ефикасноста и конкурентноста, подобар пазарен пристап преку подобра сегментација на купувачите, како и освојување на нови пазари кои резултираат со поголем профит. Со тоа се овозможило поекономично, поефикасно и посигурно работење во однос на традиционалното работење засновано на хартија.

Три битни фактори кои влијаеле на развојот на електронското банкарство биле:

- развојот на компјутерската технологија и зголемениот број на стручни и образовани работни кадри во банкарските институции;
- сложената финансиска структура, која опфаќа голем број на финансиски институции;
- високиот степен на дерегулација на финансискиот пазар, со што се создала поголема конкуренција помеѓу банките.

3. Погодности од е-банкарството

Електронското банкарство ја менува банкарската индустрија и има



огромни ефекти на банкарските односи и врски. Банкарството не е повеќе доверено на браншите каде што лицето мора да пристапи во банката лично за да повлече пари или да размени чек или да бара одредена состојба на својата сметка. Електронското банкарство овозможува секое барање или пак трансакција да се изведе онлајн без никакви лични контакти со банката во кое било време. Обезбедувањето на електронското банкарство во последно време станува неопходно да се има, отколку што беше порано добро да се има.³

Овој начин на услужување на своите клиенти од страна на банките овозможува да се намалат трошоците, бидејќи овој начин на банкарство, моментно е норма, а не исклучок само за развиените земји, а тоа е така поради фактот што електронското банкарство моментно е најевтиниот начин на обезбедување и извршување на банкарските услуги. Е-банкарство може да ни помогне да ги обезбедиме своите заштеди и проверка на сметките, да аплицираме за заеми или, пак, да ги плаќаеме сметките брзо и лесно. За да уживаме во неговите полни бенефиции мора да разбереме дека тоа може да понуди и знае како да помогне доколку ни е потребна помош.

Тоа е услуга која ја обезбедуваат банките и кредитните унии кои овозможуваат банкарските трансакции да се одвиваат преку интернет користејќи персонални компјутери, мобилни телефони или пак лаптопи и преку нив би биле во можност да: влеземе во нашите сметки, односно да имаме пристап до нив во секое време. па дури и во викендите; да ги погледнеме нашите биланси и да провериме дали сметките или депозитите се исчистиле; да се направи трансфер на средства меѓу одделни сметки; даунлоудирање информации директно од персоналниот финансиски софтвер; примање и плаќање на сметки on-line и слично.

За да се стартува онлајн банкарството, сè што треба да се направи е да се логираме на страницата на нашата банка и да ги следиме инструкциите што ги дава таа. Пред да се започне оваа постапка, треба сепак да се осигураме. Исто така, треба да се осигураме дека банката има добра репутација пред да се обезбедат персоналните информации или да се испратат пари. Тоа треба да го направиме и кога ги купуваме банкарските производи или услуги, односно треба да се читаат договорите внимателно, пред да се кликне на афирмацијата или на електронскиот потпис.

Интернетот е соодветно место за да се најдат податоците за банкарските производи и услуги. Исто така, можеме да ги видиме и стапките на штедните влогови, кредитните картици, заемите и другите финансиски производи и услуги. Можеме да откриеме дека овој вид

3) Темјановски Ристе, Е-бизнис, Штип, 2012 г., 218 стр,



трансфер е сличен со пишувањето чекови, но разликата е во тоа што тој се спроведува инстантно. Овој вид банкарство е последниот изум во серијата на технолошките чуда во досегашното минато, инволвирајќи го и користењето на интернетот за испорака на банкарските производи и услуги. Интернетот и мрежата се поважни за одржување на финансиските услуги отколку што се многу други индустрии.

Во последно време расте и бројот на таканаречените виртуелни банки кои работат само по електронски пат. Овие електронски банки имаат ниски трошоци во споредба со традиционалните банки и поради тоа тие често нудат повисоки каматни стапки.

Електронското банкарство или е-банкарството е термин кој се користи за изведување трансакции, плаќања и слични активности со помош на интернетот преку банка, кредитна унија и слично. Ова им овозможува на клиентите да ги изведуваат своите банкарски работи надвор од работното време на банките и од кое било место каде што е достапен интернетот. Во повеќето случаи web-browserot е користен и секоја нормална интернет конекција е поволна. За изведување на оваа работа не е потребен никаков специјален софтвер или хардвер.

Со помош на персонален компјутер, банката овозможува 24-часовен пристап до информациите и до сметките и им овозможува на своите клиенти да заштедат време и пари, а истовремено да си ги реализираат и своите обврски.

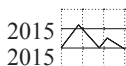
Притоа може да се каже дека електронското банкарство ги нуди следните услуги и ги има следните придобивки:

- да се видат билансите и активностите на депозитот и на сметката за заеми;
- да се видат, отпечатат и зачуваат месечните извештаи;
- трансфер на фондови меѓу различни сметки;
- опција за плаќање сметки и слично.

4. Електронското банкарство и неговото влијание врз клиентите

Со воведувањето на електронското банкарство, освен за банките, значителни придобивки се појавуваат и за нивните клиенти, кои ги користат банкарските услуги, а тоа се следниве:

- Е-банкарството нуди поголем избор за клиентите;
- Е-банкарството ги обезбедува клиентите со поевтини услуги, преку тоа што им дозволува да купуваат од многу места и да извршуваат брзи споредби;
- Е-банкарството во некои случаи овозможува брза испорака на бараната информација;



- Потрошувачите можат да дојдат до значајни и детални информации за неколку секунди, наместо денови и недели.

Интернетот му нуди можности на банкарството за подобрување на квалитетот на услугите со истовремено намалување на трошоците. Квалитетот на услугите може да се подобри со обезбедување одговори на прашањата на купувачите во вистинското време. Последните децении сме сведоци на појавата на еден нов вид пари, познати како електронски пари. Тоа го овозможува сè поголемата и помасовната појава и употреба на електрониката, компјутерите, во банкарското работење. Наместо да се употребуваат готовите пари, чекови или други платежни инструменти, може да се депонираат пари или да се изврши купување, едноставно преку преносот на електронските сигнали. Тоа не значи дека парите исчезнуваат. Ако парите не можат да се видат, да се фатат в рака, не значи дека парите исчезнале. Тие само ја видоизмениле формата. Слично како порано што ја менуваа формата, од полновердни во книжни пари и сега парите ја измениле формата во вид на електронски сигнали, кои се чуваат во меморијата на компјутерите во банките.

5. Заштита на електронското банкарство

Виртуелниот криминал станува значаен проблем и за организациите и за потрошувачите. Основната цел на заштитата и безбедноста на податоците во компјутерските мрежни системи претставува отстранување на изворот на опасности на кои системот е изложен. Потребно е да се истакне дека апсолутна заштита на системите и податоците не постои.⁴

Повеќе се работи за методи кои се преземаат за да се намалат што повеќе опасностите на кои тие се изложени. Основните принципи на безбедност може да се поделат во пет категории.

- *Автентикација*: Обезбедување дека комуникациските страни се тие коишто тврдат дека се.
- *Контрола на пристап*: Спречување на неовластено користење на ресурси, односно овој сервис контролира кој има пристап до ресурсот, под кои услови пристапот може да се оствари и што им е дозволено да направат на оние што имаат право на пристап.
- *Податочна тајност*: Заштита на податоците од неовластено читање.
- *Податочен интегритет*: Обезбедување дека примените податоци се исти како и податоците пратени од овластениот испраќач, односно нема промени, вметнувања, бришења или герлау.
- *Неодредување*: Нуди заштита спроти една од комуникациските страни која одрекува дека учествувала во целата или дел од комуникацијата.

4) „Закон за електронска трговија“, Сл.весник на РМ, бр. 133, 2007



Заклучок

Брзиот развој на технологијата се одрази и во банкарството, го промени начинот на работење на банките и овозможи воведување на нови канали на дистрибуција на банкарските услуги. Електронското банкарство, како општ поим за процесите преку кои корисникот може да извршува банкарски трансакции по електронски пат, без посета на институцијата надлежна за трансакцијата, во голема мера ја унапреди и олесни работата, како на корисниците, така и на банките. Неговите значајни предности во однос на традиционалното банкарство придонесоа за кратко време истото да биде прифатено од многу банкарски корисници во светот. Меѓутоа развојот на технологијата и употребата на интернет мрежата од една страна е позитивна, а од друга страна придонесува за нови начини за вршење на злоупотреби. Исклучително брзиот развој на технологијата продолжува и понатаму. Тоа овозможува постојано усовршување на начинот на функционирање на финансиските институции како и подобрување на постоечките банкарски услуги и создавање на нови иновативни производи и услуги. Поради тоа се наметнува потребата од постојано истражување во оваа област од банкарството, а со цел следење на светските трендови и овозможување најновите е-банкарски услуги да им бидат достапни и на македонските граѓани.

Користена литература

- [1]. Altman, E.I., Saunders, A., Credit Risk Measurement: Development Over the last 20 Years, Journal of Banking and Finance, 21, 1998
- [2]. Arriaza, V.A., Doing Business with Small Business, Business Credit, Nov/ Dec, Vol.101, Issue 10, 1999
- [3]. Bardos, M., Detecting the Risk of Company Failure, Journal of Banking and Finance, 22, 1998
- [4]. Electronic Commerce”, 1999
- [5]. Трпески д-р Љубе, „Пари и банкарство“, 2003
- [6]. Темјановски Ристе, Е-бизнис, 2 издание, Штип, 2011 г.
- [7]. Фредерик С. Мишкин, Економија на пари, банкарство и финансиски пазари, 2010 г.
- [8]. Фредерик Машкин, Стенли Икинс Финансиски пазари и институции, 2012 г.
- [9]. Шуклев Бобек: Менаџмент на мал бизнис, Скопје, Економски факултет, 2001 г.

Законски прописи:

Закон за електронска трговија, Сл.весник на РМ, бр. 133, 2007
Закон за банките

Интернет страници

Предности и слабости на финансиските продукти што се нудат на пазарот, <http://bankarstvo.mk/index.php/analizi/item/444-prednosti-i-slabosti-na-finansiskite-produkti-koi-se-nudat-na-pazarot>

Закон за банките, http://www.finance.gov.mk/files/u11/zakon_za_bankite.pdf