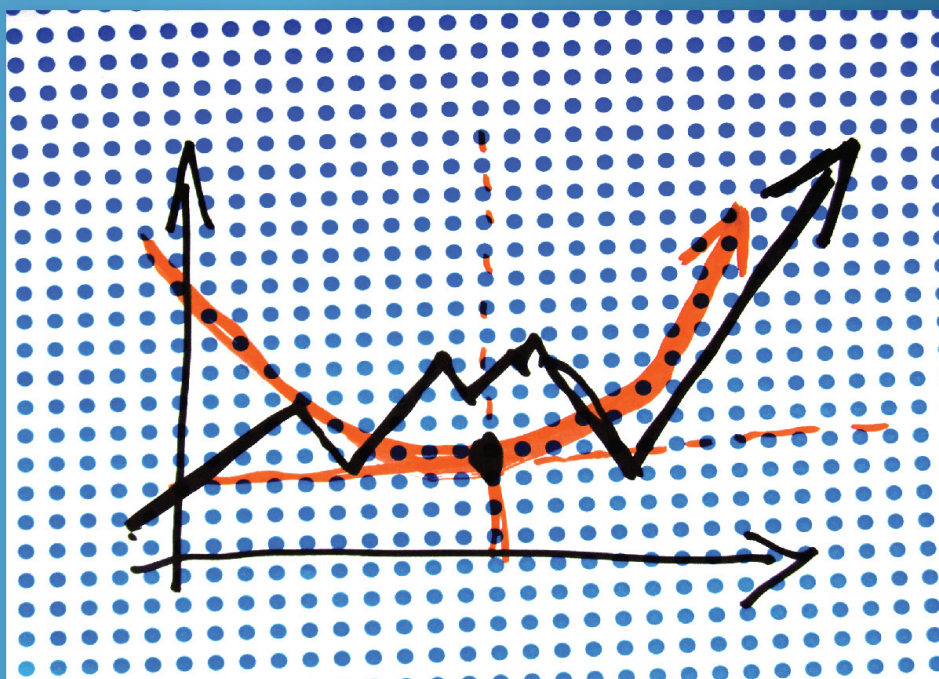


УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ



ISSN 1857-7628

ГОДИШЕН ЗБОРНИК 2020 YEARBOOK



ГОДИНА 12

VOLUME XX

GOCE DELCEV UNIVERSITY – STIP
FACULTY OF ECONOMICS

УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ

ISSN: 1857-7628



**ГОДИШЕН ЗБОРНИК
2020**

**YEARBOOK
2020**

ГОДИНА 12

VOLUME XX

GOCE DELCEV UNIVERSITY - STIP
FACULTY OF ECONOMICS



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

За издавачот:

Проф. д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска

Издавачки совет

Проф. д-р Блажо Боев
Проф. д-р Лилјана Колева–Гудева
Проф. д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска
Проф. д-р Трајко Мицески
Проф. д-р Благица Колева
Проф. д-р Емилија Митева-Кацарски
Доц. д-р Златко Бежовски

Editorial board

Prof. Blazo Boev, Ph.D
Prof. Liljana Koleva - Gudeva, Ph.D
Prof. Olivera Gjorgieva-Trajkovska, Ph.D
Prof. Trajko Miceski, Ph.D
Prof. Blagica Koleva, Ph.D
Prof. Emilija Miteva-Kacarski, Ph.D
Zlatko Bezovski, Ph.D

Редакциски одбор

Проф. д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска
Проф. д-р Благица Колева
Проф. д-р Трајко Мицески

Editorial staff

Prof. Olivera Gjorgieva-Trajkovska, Ph.D
Prof. Blagica Koleva, Ph.D
Prof. Trajko Miceski, Ph.D

Главен и одговорен уредник

Проф. д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска

Managing & Editor in chief

Prof. Olivera Gjorgieva-Trajkovska, Ph.D

Јазично уредување

Вангелија Цавкова

Language editor

Vangelija Cavkova

Техничко уредување

Славе Димитров

Technical editor

Slave Dimitrov

Редакција и администрација

Универзитет „ГоцеДелчев“ - Штип
Економски факултет
бул „КрстеМисирков“ 10-А
п.фах 201, 2000 Штип,
Република Северна Македонија

Address of editorial office

Goce Delcev University
Faculty of Economics
Krste Misirkov 10-A.,
PO box 201 2000 Stip,
Republic of North Macedonia



СОДРЖИНА CONTENT

- 7** **Станислава Кузманова, Трајко Мицески**
ПРАВИЛНОТО РЕГУТИРАЊЕТО НА КАНДИДАТИТЕ КАКО ФАКТОР ЗА ЕФЕКТИВНО РАБОТЕЊЕ НА ОРГАНИЗАЦИИТЕ
- 21** **Викторија Ациска, Трајко Мицески**
КРЕИРАЊЕ НА ИНКЛУЗИВНО СОВРЕМЕНО ЛИДЕРСТВО ВО ОРГАНИЗАЦИИТЕ ВРЗ ОСНОВА НА КОРИСТЕЊЕ НА МЕНАЏМЕНТ ТЕОРИТЕ И ПРАКТИКИТЕ
- 39** **Антица Донева, Оливера Ѓоргиева-Трајковска**
ФИНАНСИСКАТА АНАЛИЗА И УПРАВУВАЊЕТО СО КРЕДИТНИОТ РИЗИК ВО БАНКИТЕ
- 47** **Благица Колева, Оливера Ѓоргиева-Трајковска, Весна Георгиева Свртинов**
РАЗВОЈ И ПРИМЕНА НА СМЕТКОВОДСТВЕНИОТ СИСТЕМ ВО ДЕЛОВНИТЕ СУБЈЕКТИ ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА
- 55** **Емилија Митева-Кацарски, Костадинка Панова, Весна Георгиева Свртинов**
ВЛИЈАНИЕТО НА КОВИД 19 ВРЗ ТРГОВИЈАТА СО УСЛУГИ
- 63** **Весна Георгиева Свртинов , Оливера Ѓоргиева-Трајковска, Емилија Митева-Кацарски, Благица Колева**
ВЛИЈАНИЕТО НА ПАНДЕМИЈАТА ПРЕДИЗВИКАНА ОД ВИРУСОТ КОВИД -19 ВРЗ МАКЕДОНСКАТА ЕКОНОМИЈА
- 71** **Мирјана Донева, Еленица Софијанова**
ВЛИЈАНИЕТО НА СУШТИНАТА НА КВАЛИТЕТОТ ВРЗ ЗГОЛЕМУВАЊЕТО НА МОТИВАЦИЈАТА КАКО КЛУЧНА АЛАТКА ВО СЕМЕЈНИОТ БИЗНИС
- 81** **Викторија Јакимова , Јанка Димитрова**
ИНИЦИЈАЛНА ЈАВНА ПОНУДА - ИЛП
- 87** **Елена Зафировска Ѓорчевска**
АНАЛИЗА НА ФИНАНСИСКИТЕ ИЗВЕШТАИ СО ПОСЕБЕН ОСВРТ НА ПРИМЕНАТА И ВЛИЈАНИЕТО НА МЕЃУНАРОДНИОТ СТАНДАРД ЗА ФИНАНСИСКО ИЗВЕСТУВАЊЕ 16-НАЕМИ”





ПРЕДГОВОР

Економскиот факултет во Штип е основан на 27 март 2007 година како дел од Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип. Од самите почетоците на овој факултет како високообразовна и научно-истражувачка институција се иницира и потоа брзо се разви силен елан и ентузијазам како во наставно-едукативните процеси, така и во научно- истражувачките активности. Големата желба да се твори, како придонес во унапредувањето на високообразовните и научно-истражувачките процеси во Република Македонија, го наоѓа својот израз во континуирани едукативни, стручно-апликативни и научно-истражувачки активности. Се разбира, сето ова е во согласност со процесите на глобализација и евроинтеграција и со напорите за примена на современите светски и европски приоди и стандарди во научно-образовниот процес, заради обезбедување на квалитетно образование за студентите.

Во овој контекст, ова е осумнаесеттото издание на Годишниот зборник на Економскиот факултет. Зборникот објавува дел од научно-истражувачките остварувања на наставно-научниот кадар и студентите од сите циклуси на студирање, од областа на: бизнис економијата; финансиите; сметководството и ревизијата; маркетинг менаџментот и менаџментот и претприемништвото.

На овој начин, Економскиот факултет дава придонес во промовирање на научно-истражувачката дејност, со што се поттикнува унапредувањето на научната и развојната мисла во функција на нивна примена во секојдневниот живот. Особено радува фактот што во овој, како и во сите останати изданија, покрај наставниот кадар, свои трудови објавуваат и нашите млади истражувачи - постдипломци и докторанти.

Декан:
Проф. д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска

УГД, Економски факултет - Штип,
1 август 2020 година



ПРАВИЛНОТО РЕГУТИРАЊЕ НА КАНДИДАТИТЕ КАКО ФАКТОР ЗА ЕФЕКТИВНО РАБОТЕЊЕ НА ОРГАНИЗАЦИИТЕ

Станислава Кузманова¹

¹Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
stanislava_stip@hotmail.com

проф. Трајко Мицески²

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

Краток извадок

Правилното регрутирање на кандидатите упатува на регрутирање на квалитетни кадри кои ќе бидат основни фактори за успешното работење на организацискиот систем.

Со оглед на тоа дека добриот работник е редок, вреден, тешко може да се пронајде и тешко да се замени, организациите треба да изнајдат методи што подобро го привлекуваат овој тип на работници за да ги пополнат работните места. Вработувањето е начин за пополнување на слободните работни места во една организација по пат на регрутирање

Значи, регрутирањето е процес на пронаоѓање и ангажирање на најдобри квалификувани кандидати. Односно, регрутирањето е збир на оние активности за управување кои имаат за цел привлекување, развој и одржување на ефикасен персонал во компанијата. Ова е постигнато преку низа индивидуални активности што се однесуваат на планирање, регрутирање, селекција, проценка на успешноста, обука и развој и вработување.

Во трудов, преку теоретско елаборирање, табеларни и графички прегледи и соодветни пресметки, се прикажани резултатите од направеното истражување за процесот на регрутирање, спроведено во повеќе претпријатија, кои покажуваат дека не се користат адекватни критериуми при регрутирањето и не се спроведува сеопфатна регрутација.

Клучни зборови: кадри, привлекување, менаџмент, конкурентска способност, перформанси, резултати

PROPER RECRUITMENT OF CANDIDATES AS A FACTOR FOR EFFECTIVE OPERATION OF ORGANIZATIONS

Stanislava Kuzmanova¹

¹Faculty of Economics, Goce Delcev University, Stip
stanislava_stip@hotmail.com

Prof. Trajko Micevski²

²Faculty of Economics, Goce Delcev University, Stip
trajko.miceski@ugd.edu.mk

Abstract

Proper recruitment of candidates points to the recruitment of quality personnel who will be essential factors for the successful operation of the organizational system.

As a good worker is rare, valuable, difficult to find and difficult to replace, organizations need to find methods that better attract this type of worker to fill their jobs]. Hiring is a way of filling vacancies in an organization by recruiting.

So recruiting is the process of finding and hiring the best qualified candidates. That is, recruitment is the sum of those management activities aimed at attracting, developing and maintaining effective staff in the company. This is achieved through a series of individual activities related to planning, recruiting, selection, performance appraisal, training and development and employment.

The paper, through theoretical elaboration, spreadsheets, and appropriate calculations, presents the results of a multi-company recruitment process survey showing that no adequate recruitment criteria are used and that comprehensive recruitment is not implemented.

Keywords: *personnel, attraction, management, competitiveness, performance, results*

Вовед

Една од најважните задачи на менаџерот за човечки ресурси претставува пронаоѓање на способни работници со кои ќе се пополнат слободните работни места. Оваа функција претпоставува сериозен пристап кон пронаоѓање на вистински кадри. Сите организациски субјекти вршат објава на огласи за работни места со точно наведени услови во него, без отстапки, и бараат исполнување на наведените услови, а со тоа прават и сопствена база на податоци за потенцијалните кандидати.

Во практиката се користат повеќе методи за регрутирање, вклучувајќи повеќе стандардизирани чекори кои треба да бидат разбирливи не само за работодавецот и за менаџерот на човечки ресурси, туку за сите воопшто.

Во практиката, некои луѓе под поимот регрутација подразбираат вработување. Но треба да се знае дека, регрутацијата е само еден чекор во вкупниот процес на вработување, но во самиот центар на вниманието. Во време кога во фокусот на повеќето организации е ефикасно и ефективно водење на организацијата, регрутирањето на вистинските личности за понудената работа е врвен приоритет за успехот на организациите.

1. Општ фокус кон регрутирањето

Денес станува од суштинско значење не само за Одделот за човечки ресурси, туку и за целата организација, да вработи вистинските луѓе на вистинските места, бидејќи само такви вработени во организацијата можат да придонесат за максимизирање на целта за која таа организација е создадена, додека погрешни луѓе на погрешни позиции можат да испорачаат помалку од совршени перформанси во рамките на организацијата.

Главната суштина на регрутирањето е да се бараат компетентни луѓе или вработени, односно на извршената селекција и регрутирање ја темелите целата активност на организацијата¹.

За ова, Одделот за човечки ресурси има должност да ги пронаоѓа и обучува луѓето и овие луѓе треба да бидат мотивирани. Вработувањето и изборот се два дела од целиот процес. Во овој процес, вработувањето ѝ носи на организацијата компетентни професионалци кои ги извршуваат своите задачи правилно, додека процесот на селекција ги избира оние кои ќе ја завршат работата ефективно и ефикасно. Компанијата ги задоволува своите потреби за квалитетни работници на два начина: со вработување нови луѓе и развој на потенцијалот на постојните. Дефинираните цели и стратегии на организацијата во суштина го одредуваат фокусот на конкретни активности.

Самите економски турбуленции, манифестирани преку конкуренција предизвикана од отворањето на пазарите преку националните граници, забрзаниот развој на технологијата, намалениот живот на производот и другите современи економски процеси, луѓето што се вработени во организацијата стануваат клучен фактор за успех².

Деловните активности, во ова современо стопанисување, се соочуваат со нови и сè повеќе комплексни барања, на кои можат да одговорат само најспособните, најбрзите и најфлексибилните работници.

¹ Dessler, G. (2005): 'Human Resource Management', 10th edn, Prentice Hall Inc., New Jersey, USA

² Mahapatro, B. Bhusan (2010). *Human resource management*, New Age International(P) Ltd. Publishers, New Delhi, 63

Во тој поглед луѓето стануваат сè повеќе клучен фактор за успехот на една организација. Секоја организација вработува луѓе, но не е исто толку успешна, дури и кога станува збор за исти производи или услуги, деловни услови и пазарот. Затоа, модерните организации во светот се речиси опседнати со потрагата по најспособните и талентирани работници, без разлика каква боја на кожата имаат и на кој јазик зборуваат³.

Дополнително, при регрутирањето мора да се знае дека вработување на несоодветни кадри, често предизвикува лоши последици во работењето на организацијата.

За разлика од земјите со долга традиција на пазарна економија, претрпевме целосна промена во „правилата на игра“ и нов слој на деловни луѓе на кои не им се предаваат вештини за управување, па затоа се потпираат главно на нивната интуиција. Неверојатен е парадоксот дека во стопанството на Република Северна Македонија високата стапка на невработеност им овозможува на работодавците релативно лесно да пристапат до сите профили на професионално ниво, а во исто време малку работодавци избираат работници воопшто. Најчесто, при регрутирање, се прифаќаат препораките на пријателите на пријателите, семејството или влијателните личности и, без да размислуваат за совпаѓање на барањата за работа и соодветноста на кандидатите, се донесува одлука за вработување. Бидејќи ваквите одлуки обично се неуспех, организацијата треба да ангажира повеќе луѓе отколку што е потребно за да се заврши работата. Одлуката е ниска продуктивност и латентен вишок на вработените, а со тоа и високи трошоци за производи и услуги, високи цени и лоша конкурентност. Сето ова води до циклус на неуспех, кој завршува со банкрот и ликвидација. На пошироко ниво, тоа води до слабеење на економските и социјалните потенцијали и општата сиромаштија на општеството.

Оценката за добра апликација за работа е многу сложен процес, поврзан со проценка на човечките способности и карактеристики и предвидување на идното работно однесување. Затоа се потребни соодветни знаења и вештини за добар избор на кандидати за работа⁴.

1.1 Фокусот на регрутирањето

Регрутирањето на квалитетна работна сила е клучна стратешка можност за постигнување на конкурентска предност во однос на ривалите. Со оглед на тоа дека добриот работник е редок, вреден, тешко може да се пронајде и тешко да се замени, организациите треба да изнајдат методи што подобро го привлекуваат овој тип на работници за да ги пополнат работните места. Вработувањето е практика на привремено привлекување доволен број квалификувани лица за да се пополнат слободни работни места во рамките на една организација⁵.

Многу е важно бидејќи е примарен начин за влијание врз перформансите и различностите на поединците во една организација. Ги обезбедува почетните висококвалитетни способности на регрутите неопходни за работење. Исто така, тоа влијае на демографскиот состав на работната сила за исполнување на стратешките, правните и социјалните цели на организацијата⁶.

Во бизнис сферата, вообичаено, регрутирањето едноставно е дефинирано како: „Процесот на пронаоѓање и ангажирање на најдобро квалификуван кандидат (од една организација или надвор од неа) при отворање на работни места, навремено и ефективно.

³ Pržulj, Ž., Vemić-Đurković, J. (2010): Determination of competitive advantage from the perspective of non-material resources of companies, Montenegrin Journal of Economics, N0 11, Vol. VI, ISSN 1800-5845, UDC 33 (51), Ekonomiska laboratorija za istraživanje tranzicije, Nikšić, Crna Gora, str. 134-146.

⁴ Мицевски, Т. (2009), Менаџмент на човечки ресурси. Економски факултет – Штип.

⁵ Gatewood, R., Field, H., Barrick, M. (2008), Human Resource Selection, 6th ed.; Cengage/South-Western: Mason, OH, USA

⁶ Hull, E., Jackson, K., Dick, J. (2011), Requirements Engineering, 3rd ed.; Springer: London, UK.

Процесот на вработување вклучува анализа на барањата за работа, привлекување вработени на таа работа, скрининг и избор на апликанти, вработување и интегрирање на новиот вработен во организацијата⁷.

Исто така, често во дел од литературата, регрутирањето се дефинира како збир на оние активности за управување кои имаат за цел привлекување, развој и одржување на ефикасен персонал во компанијата. Ова е постигнато преку низа индивидуални активности што се однесуваат на планирање, регрутирање, селекција, проценка на успешноста, обука и развој и вработување⁸.

Улогата на регрутирањето е многу значајна бидејќи упатува за избор на квалитетни кадри. Само вистинските кадри имаат значајно место во организацијата на компаниите, кое го наметнува самото време на живеење и работење.

1.2 Цели на регрутирањето

Регрутирањето се темели на микс од мерки кои менаџментот ги превзема во однос на регрутирањето.

Мерките за регрутирање се темелат на повеќе predispozicii, меѓу кои поистакнати се особено: квалитетот на кандидатите, времето за регрутирање и трошоците за вработување.

Па, заради нивното значење, во продолжение, ќе се направаат посебни кратки елаборирања.

Квалитетот на кандидатите е особено клучен за многу организации. Организацијата што нуди сложени производи и услуги има потреба од софистицирани, висококвалификувани и искусни кандидати за работа. Клучно е да се постават вистинските барања на организацијата во квалитетот на кандидатите за работа.

Времето за регрутирање треба да биде водено од оперативната потреба на деловните функции. Специјализираните функции обично претпочитаат подолго време за регрутирање кога се сигурни дека ќе добијат најдобар достапен кандидат за работа. Времето за регрутирање е главен двигател за воведување и спроведување на промените во процесот на вработување

Трошоците за регрутирање се исклучително вредни за човечките ресурси. Топ менаџментот ги оценува перформансите на управувањето со хумани ресурси врз основа на реализирани заштеди на трошоците во процесот на вработување. Имплементацијата на мерките за заштеда на трошоците во процесот на вработување е клучна. Другите процеси на човечки ресурси можат да остварат поголеми придобивки во градењето на конкурентската предност на организацијата при процесот на регрутирање.

Организацијата треба да ја утврди вистинската стратегија за регрутирање за да се добие најдобриот процес на регрутирање на додадена вредност за организацијата.

Целите на процесот на регрутирање треба да бидат одобрени од највисокото раководство и човечките ресурси треба да обезбедат систематска табла за вработување на своите внатрешни клиенти. Човечките ресурси треба да го пријават напредокот на иницијативите за вработување и подобрувањата на процесот на регрутирање.

Во тој поглед се јавуваат и дополнителните цели за вработување кои обично се:

- Дефиниција на потребните за регрутирање во однос на политиката на планирање на човекови ресурси и анализа на работата во организацијата⁹;
- Пронаоѓање квалитетен кадар соодветен на работните места за кои се побарувани;
- Да се развие организациска култура која ќе привлекува соодветни кадри во

⁷ Дефинирање на поимот регрутирање пристапено кон: <http://www.businessdictionary.com/definition/recruitment.html>

⁸ Buble, M. (2006), Menadžment, Ekonomski fakultet Split, Split., str. 357.

⁹ Мицески, Т. (2009): Менаџмент на човечки ресурси – интерен авторизиран материјал, Економски факултет, Штип, 43.

- организацијата со мала веројатност за напуштање на организацијата;
- Да се промовира организациона средина која ќе привлекува квалитетни кадри со нагласок на соодветни морални и психолошки карактеристики во однос на работното место;
- Зголемување на бројот во базата на кандидати со минимални трошоци;
- Зголемување на стапката на успех на селекцијата така што ќе се намали бројот на потенцијалните кандидати кои се ниско квалификувани¹⁰;
- Користењето на различни регрутациски техники, извори, модели и стратегии за сите типови на кандидати.

Всушност, целите за регрутирање и нивно проширување, како во вид на дополнителни цели, се насочени кон подобрување на самата организација, нејзиното работење, имиџ, успешност и профитабилност, со ценети и вреднувани аспекти и од внатре и од надвор на организацијата.

1.3 Активности на регрутирањето

Активностите на регрутирањето се однесуваат на целиот процес на регрутирање од дефинирање и изнаоѓање на вистинските кандидати па сè до пострегрутацивните активности.

Како клучни компоненти можат да се наведат следните¹¹: План на регрутирање, Опис на работното место и критериуми за напредок, Огласување на работната позиција, Активности на терен.

План на регрутирање е стартната точка: при изработка на еден план секогаш треба да се однесува на креирање рамка во која ќе се движи истражувањето. Конкретно, кога се работи на План на регрутирање треба да се дефинира таргет популација која одговара на работното место, односно дали се потребни мажи или жени, млад или искусен кадар, специфични етнички групи и слично. Правилното таргетирање не е од важност само за компанијата, но исто така влијае и врз понатамошниот развој на самиот работник, неговите шанси за успех и задоволство од работата.

Описот на работното место: упатува на добро специфицирање на критериумите кои кандидатите треба да ги поседуваат преку дефинирање на минималните потребни квалификации, па сè до компетенциите, знаењето и вештините кои се потребни за напредување во рамките на организацијата.

Огласување на работната позиција: упатува на времето на планирањето на огласување на одредена работна позиција, се тргнува од правилото подолг период на огласување за хиерархиски повисоки позиции што резултира со поразновиден збир на апликанти. Важно е да се нагласи дека висококвалитетните кандидати обично не се пријавуваат на регуларни огласи, при што самата компанија може да ги пронајде преку останати форми на регрутација.

Активности на терен: упатува на работи кон конкретни активности насочени кон потенцијалните вработени. Тука припаѓа телефонирање на кандидатите, испраќање пораки и мејлови, вмрежување со потенцијални кандидати и изнаоѓање начини за согледување на нови работници.

¹⁰ Gatewood, Robert D., Feild, Hubert S., Barrick Murray R. (2008), *Human resource selection*, Thomson Learnin Inc, USA. 8.

¹¹ Search Committee Training, University of Missouri System, Kansas City, превземено од: <https://collaborate.umsystem.edu/sites/hrpublic/documents/CAREER/CURRENT/TalAcq-SearchCommitteeTraining.pdf#page=22>, пристапено на: 09.02.2020.

1.4 Планирање на регрутирањето

Планирањето на регрутирањето обично се дефинира како процес на исчекување и создавање на потреба за движење на луѓето во рамките на компанијата, внатре во рамките на компанијата и надвор од компанијата, со цел да се обезбеди достапен потребниот број и структура на вработените, како и нивната оптимална употреба.

Планирање на процесот на регрутирање овозможува¹²:

- 1) Зголемување на предноста на компанијата да ги привлече вистинските луѓе на вистинските работни места во соодветно време;
- 2) Развивање на јасен преглед за компанијата за целите при кои претпријатието може да биде ефективно;
- 3) Зголемување на способноста на компанијата да се прилагоди на промените во околината.

Планирањето на регрутирањето се јавува како способност за оценка на една организација да одговори на идните потреби на човечките ресурси.

Акцентот ставен на планирањето на човечките ресурси е резултат на промена во целокупниот пристап и разбирање на стратешката важност на човечките ресурси, но и на проблемите и последиците со кои се соочуваат компаниите кои го занемаруваат овој сегмент на деловно планирање.



Figure 1: A basic model of systematic human resource planning

Слика 1: Основен модел на систематско планирање на човечки ресурси

Претпријатие кое има за цел да успее, развива систематски модел на планирање на човечки ресурси што би требало точно како што е преставено во графиконот, особено со даден акцент на последователниот редослед во планирањето.

1.5 Анализа на барањето и дефиниција на работното место

Барањето за пополнување на слободно работно место претставува внатрешен документ на една организација со кој се специфицира потребата од ново вработување како и основни информации за дефинирање на работното место. Најчесто се изготвува од страна на менаџер или вработен задолжен за регрутирање, а се доставува и одобрува од страна на

¹² Bahtijarević-Šiber F. (1999), Management ljudskih potencijala; Golden marketing Zagreb, Zagreb. str. 183.

менаџерот на департманот за човечки ресурси.

Барањето е составено од некоку делови при што се започнува со дефинирање на работното место, департман или сектор и надзорно лице.

Еден дел се однесува на причината за вработување, односно дали се работи за нова работна позиција, замена или моментална заменска позиција, по што следат информации за времетраењето на договорот за работа. Друг дел се однесува на потребниот буџет. Потоа следува писмен дел со отворени прашања кои се однесуваат на образложување на потребата за отвореното работно место, за стратешките придобивки, како и потенцијална ситуација доколку посоченото работно место не се пополни. Последниот сегмент се однесува на формални записи (како на пример, дали кандидатот треба да поседува Изјава за неосудуваност и сл.) и потписи од надлежни менаџери.

Анализата на работни места и развојот на прецизни описи на работни места даваат поддршка на повеќе критични аспекти од управувањето со човечкиот капитал:

- Регрутирање и селекција на најсоодветен кандидат;
- Развој на конкурентен систем за наградување;
- Индивидуалната продуктивност и ангажирањето на вработените;
- Насочување на работните процеси и отчетност;
- Идентификување на потребите за обука;
- Усогласеност со законите за работни односи и законодавството.

Работните места се анализираат за да се идентификуваат барањата кои се потребни за вработените да бидат успешни на работа – помагајќи му како на работодавецот, така и на вработениот. Постојат бројни методи на анализа на работни места, вклучувајќи набљудување, интервјуирање, прашалници, профилирање на компетенции итн. При ваквата анализа најдобро е да се користи комбинација на методи за да се добијат најдобри резултати и секогаш се фокусира на самата работа, а не на лицето кое ја врши работата. Ова гарантира точност на функцијата на работното место, без оглед на тоа кој ја извршува.

Во зависност од природата на работата, потребна е и проектна спецификација, анализа на работните места, т.н Функционална анализа, во чии рамки има двостепено расчленување и валидација на работата видена од страна на актуелниот работник и неговиот надреден, заради обезбедување усогласеност по назив и/или по област на работа.

1.6 Извори на информации поврзани со кандидатите за работа

Изборот на кандидати се спроведува врз основа на информации достапни на компанијата од различни извори. Во теоријата и во практиката се бараат и користат голем број извори на информации за кандидатите, како што се:



Слика 2: Извори на информации за пријавени кандидати за вработување

Figure 2: Sources of information on registered candidates for employment

Сите горенаведени извори на информации за кандидатот се важни при одлучувањето за изборот, но сепак, тестовите и интервјуто имаат посебно значење.

Тестовите се најважниот и најнапреден инструмент за избор. Тие се користат за тестирање на знаењето и вештините на кандидатите. Постојат различни класификации на тестовите, најзначајно е што постојат четири големи групи на тестови:

- 1) Тестови на знаење;
- 2) Тестови за способност;
- 3) Тестови на интерес;
- 4) Тестови за личност.

Тестовите на знаење се користат за да се утврдат стекнатите навик, вештини и знаења на кандидатот, а Тестовите за способност се користат за да се добијат информации за латентните способности на лицето пред обука. Тестовите за интерес тестираат колку е професионалниот интерес на кандидатот во согласност со бараните предиспозиции за успешност во односната работа. Тестовите за личност ги испитуваат посложените карактеристики и формите на адаптација на човекот¹³.

Интервјуто може да се дефинира како насочен разговор во кое се испитува дали кандидатот е погоден за работата за која се пријавил. За таа цел, тие бараат да се добијат соодветни информации за кандидатот, како што се индивидуален потенцијал, интерес за работа, можност за дејствување, но исто така му даваат на кандидатот информации за работата и компанијата.

Постојат различни типови интервјуа. Тие се разликуваат во форма:

- Неструктурирани - без претходно дефинирана содржина и структура, структурирана - предефинирана содржина и структура и
- Полуструктурирани - предефинирани со еден дел од содржината и структурата, додека другиот е оставен на интервјуерот.

Интервјуто варира, според бројот на учесници, при што може да биде: индивидуално - директно интервју меѓу интервјуерот и интервјуируаниот, панел интервју - интервју на повеќе интервјуери со еден кандидат и групно интервју - интервју на еден или интервјуер со група кандидати во исто време¹⁴.

2 Емпириско истражување

Претходното елаборирање на теоретски аспекти на регрутирањето, отвори видик за да се направи и емпириско истражување, каде што може да се согледаат состојбите за начинот на регрутирање во некои истражувани организациите во нашата земја во одреден период.

За да се постигне поголема прегледност, во овој научноистражувачки труд се користени соодветни методи со аргументирање на оправданоста, предметот и целите на истражувањето, потоа се постави основна хипотеза, како и објаснување на методите што ќе се користат за собирање и обработка на добиените податоци.

Оправданоста на ова истражување произлегува од самиот факт што преку скенирање на моменталната состојба на неколку истражувани организации, може да се согледа како начинот на регрутирањето влијае врз самата организација, како и можноста за подобрување на нејзиното работење, а со тоа и нејзиниот успех.

Предметот на ова теоретско и емпириско истражување претставува согледувањето на регрутирањето, препознавањето на правилното регрутирање а со тоа и развивање на можности на подобра селекција на пријавените кадри.

¹³ Buble, M. (2006), Menadžment, Ekonomski fakultet, Split, Split, str. 389.

¹⁴ Buble, M., (2006), Menadžment; Ekonomski fakultet, Split, Split, str. 393.

Основна цел на ова истражување е согледување на влијанието на регрутирањето врз успешното работење на организациите и негово унапредување, согласно современите услови на дејствување.

Основната хипотеза на емпириското истражување се заснова на тврдењето дека правилно организираното регрутирање овозможува привлекување на квалитетни кадри.

Сигурно дека врз основната хипотеза особено влијание имаат исполнувањата на следниве поединечни хипотези:

Користењето на адекватни критериуми на регрутирање овозможува привлекување на поголем број пријавени кадри

Вршење на сеопфатна регрутација на потенцијални кандидати овозможува пријавување на квалитетни кадри.

Квалитетните вработени кадри, преку правилното регрутирање, предизвикуваат задоволство кај менаџментот.

2.1 Методи и опфат на истражувањето

При истражувањето се користени квантитативните и квалитативните методи на истражување, особено: анализата, анкетата, статистичката обработка на податоците и компарацијата.

Истражувањето беше спроведено преку анкетни прашалници во текот на месец февруари и март 2020-та година. Анкетните прашалници беа пополнети како од страна на испитуваните менаџерите, така и од страна на испитуваните вработени во одредени организации во Скопје и Штип.

Беа поделени 35 анкетни прашалници на менаџерите, од кои на сите прашања одговорија 32 менаџери и 90 анкетни прашалници на вработените од кои со сите одговори беа комплетирани 84 анкетни прашалници.

При емпириското истражување, искористен е χ^2 -тестот и коефициентот на контингенција (C), со цел за осознавање на соодветност на исказите на испитуваните менаџери и вработени.

Како еден од најчесто применуваните тестови, χ^2 -тестот се користеше за испитување на разликите помеѓу групната варијанса на испитуваните и теоретските фреквенции.

χ^2 -тестот уште познат и како Pearson-ов χ^2 -тест претставува практичен непараметарски тест. Добиените податоци се претвораат во фреквенции и се пресметува збирот на квадрираниите разлики меѓу добиените, т.е. испитуваните и очекуваните фреквенции ставени во однос на очекуваните фреквенции. Тоа значи дека се утврдува веројатноста на поврзаност меѓу две варијабли и се пресметува според следната формула¹⁵:

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_i - f_0)^2}{f_0}$$

каде:

= е забележана фреквенција, добиена при истражувањето

= е очекувана (теоретска) фреквенција при дадена хипотеза.

За потребите на истражувањето фреквенциите се распоредени во две колони и три реда со два степени на слобода. Табличната вредност на χ^2 за два степени на слобода и праг на значајност 0,05 изнесува 5,991.

Вредноста на коефициентот на контингенција C се движи меѓу нула и еден ($0 < C < 1$). Доколку е поблизу до нула тогаш меѓузависноста на испитуваните варијабли е посилна и обратно.

¹⁵ Мицески, Трајче (2009), Здравствена статистика и анализа на податоци, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, стр. 154-191.

Откако накратко го елабориравме значењето и примената на χ^2 -тестот преминуваме во пресметки.

Подолу следи табеларен и графички приказ на добиените и обработени податоци од сите прашања што се предмет на ова истражување, како и поединечно толкување на истите.

Првото прашање гласеше: Дали сметате дека во Вашата организација се користат адекватни критериуми на регрутирање за да можат да се пријават поголем број кандидати?

Добиените резултати од анкетираниите испитаници се прикажани табеларно и графички (Табела 1 и Графикон 1).

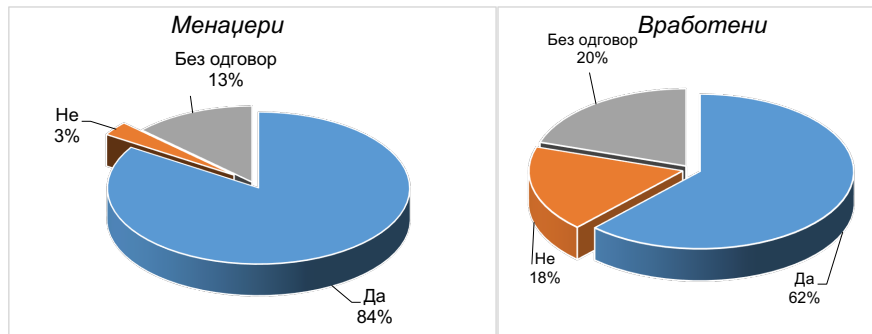
Табела 1: Дадени одговори по првото прашање:

Figure 1: Answers given to the first question

Прашање	Понудени одговори	Менаџери		Вработени	
		Вредности	%	Вредности	%
1). Дали во организација се користат адекватни критериуми на регрутирање за да можат да се пријават поголем број кандидати?	Да	27	84	52	62
	Не	1	3	15	18
	Без одговор	4	13	17	20
	Вкупно	32	100	84	100

Пресметаниот χ^2 -тест изнесува: = 15,625
C= 0,289

Овие податоците прикажани графички би изгледале вака:



Графикон 1: Графички приказ на одговорите на првото прашање

Chart 1: Graphical representation of the answers to the first question

Добиените резултати од првото прашање ја покажува состојбата со конфликтните состојби во истражуваните организации. При извршените пресметки за χ^2 -тестот и коефициент на контингенција C добиени се следниве вредности :

$$\chi^2 = 15,625 \text{ (пресметана)} > \chi^2_{0,05} = 5,991 \text{ (таблична)}$$

$$C = 0,269$$

Од пресметаните резултати согледуваме дека вредноста на χ^2 -тестот е поголема од табличната вредност за два степени на слобода и праг на значајност 0,05. Тоа ни покажува дека одговорите на менаџерите и вработените не соодветствуваат, односно двете групи испитаници одговориле различно по основа на ова прашање. Коефициентот на контингенција C изнесува 0,269 и покажува дека меѓузависноста на испитаните варијабли е слаба.

Според исказите на најголем дел од менаџерите (околку 84 %) во организацијата

сметаат дека се користат адекватни критериуми на регрутирање за вработување за да можат да се пријават поголем број кандидати.

За разлика од нив, само 62 % од вработените се изјасниле дека не се користат адекватни критериуми на регрутирање за вработување, што значи дека тие даваат поразлична слика од истражуваните менаџери, додека 3 % од менаџерите и 18 % вработените одговориле негативно, а 13 % од истражуваните менаџери и 20 % од истражуваните вработени останале без одговор.

Според извршените пресметки по одговорите на истражуваните менаџери и вработени, се гледа дека не е исполнета ни генералната хипотеза за сите прашања, па ни помошната хипотеза за ова прашање која гласеше дека: користењето на адекватни критериуми на регрутирање овозможува привлекување на поголем број пријавени кадри.

Второто прашање гласеше: Дали во организацијата се врши сеопфатна регрутација на потенцијални кандидати што овозможува пријавување на квалитетни кадри?

Добиените резултати од анкетираниите испитаници се прикажани табеларно и графички (Табела 2 и Слика 2).

Табела 2: Табеларен приказ на одговорите на второто прашање

Figure 2: Spreadsheet of the answers to the second question

Прашање	Понудени одговори	Менаџери		Вработени	
		Вредности	%	Вредности	%
2). Дали во организацијата се врши сеопфатна регрутација на потенцијални кандидати што овозможува пријавување на квалитетни кадри?	Да	30	94	61	73
	Не	0	0	7	8
	Без одговор	2	6	16	19
	Вкупно	32	100	84	100
Пресметаниот χ^2 -тест изнесува: 17,491					
C = 0,284					

Овие податоците прикажани графички би изгледале вака:

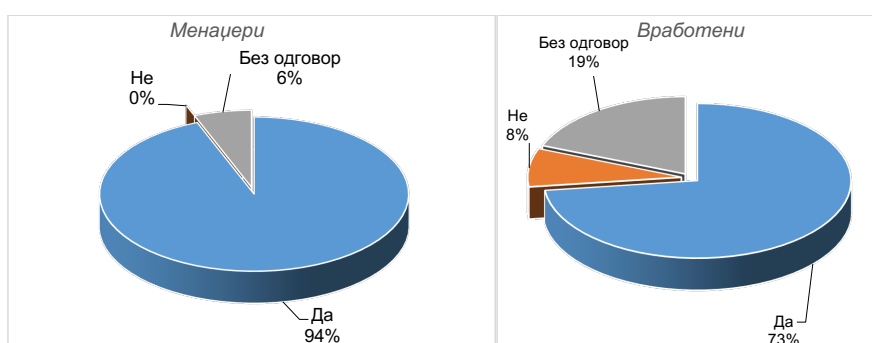


Chart 2: Graphical representation of the answers to the second question

Графикон 2: Графички приказ на одговорите на второто прашање

Добиените резултати од второто прашање ја покажува состојбата колку навремено се осознаваат конфликтните состојби во организацијата. При извршените пресметки за χ^2 -тестот и коефициент на контингенција C добиени се следниве вредности :

$$\chi^2 = 17,491 \text{ (пресметана)} > \chi^2_{0,05} = 5,991 \text{ (таблична)}$$

$$C = 0,284$$

Од податоците се забележува дека пресметана вредност за χ^2 -тестот е поголема од табличната вредност за два степени на слобода и праг на значајност 0,05 која изнесува 5,991. Ова покажува дека реалните фреквенции отстапуваат од очекуваните, односно одговорите на вработените и менаџерите се разликуваат. Коefициентот на контингенција изнесува 0,284 и ни покажува дека интензитетот на јачината на исказите помеѓу вработените и менаџерите е слаба.

Ако најголем дел од менаџерите (94 %) сметаат дека во организацијата се врши сеопфатна регрутација на потенцијални кандидати овозможува пријавување на квалитетни кадри., вработените 73 % тоа го мислат. Кај менаџерите нема негативен одговор, без одговор останале 6 % , а додека 8 % од вработените се изјаниле со негативен одговор и без одговор останале 19 %.

И по ова прашање се гледа дека не е исполнета ни генералната хипотеза за сите прашања, па ни втората помошна хипотеза за ова прашање која гласеше дека: вршење на сеопфатна регрутација на потенцијални кандидати овозможува пријавување на квалитетни кадри.

Третото прашање гласеше: Дали преку спроведеното регрутирање се вработуваат квалитетни кадри, кои предизвикуваат задоволство кај менаџментот и останатите вработени.

Добиените резултати од анкетираниите испитаници се прикажани табеларно и графички (Табела 3 и Слика 3).

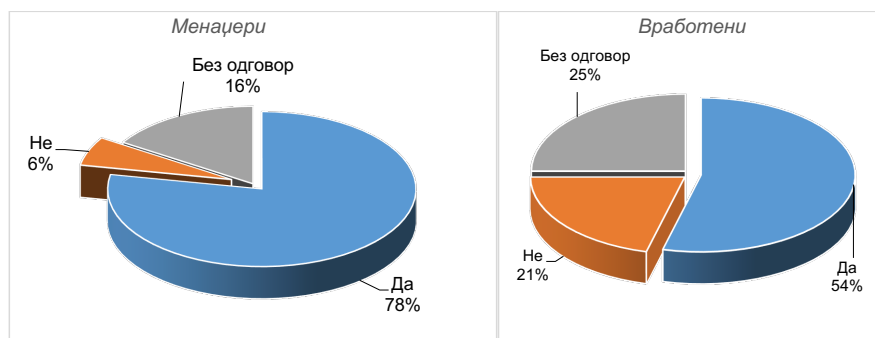
Табела 3: Табеларен приказ на одговорите на третото прашање

Figure 3: Spreadsheet of the answers to the third question

Прашање	Понудени одговори	Менаџери		Вработени	
		Вредности	%	Вредности	%
3). Дали преку спроведеното регрутирање се вработуваат квалитетни кадри, кои предизвикуваат задоволство кај менаџментот и останатите вработени?	Да	25	78	45	54
	Не	2	6	18	21
	Без одговор	5	16	21	25
	Вкупно	32	100	84	100

Пресметаниот χ^2 -тест изнесува: 15,065
C = 0,265

Овие податоците прикажани графички би изгледале вака:



Графикон 3: Графички приказ на одговорите на третото прашање

Chart 3: Graphical representation of the answers to the the third question

Добиените резултати од првото прашање ја покажуваат состојбата со конфликтните состојби во истражуваните организации. При извршените пресметки за χ^2 -тестот и коефициент на контингенција C добиени се следниве вредности:

$$\chi^2 = 15,065 \text{ (пресметана)} > \chi^2_{0,05} = 5,991 \text{ (таблична)}$$

$$C = 0,265$$

Пресметаната вредност за χ^2 -тестот изнесува 15,065 и е помала од табличната вредност за χ^2 за два степени на слобода чија што вредност е 5,991.

Тоа покажува дека одговорите на менаџерите и вработените и на ова прашање не соодветствуваат. Коефициентот на контингенција изнесува 0,265 што покажува многу слаб интензитет на поврзаност на испитуваните варијабли. Најголем процент од менаџерите (78 %) сметаат дека преку спроведеното регрутирање се вработуваат квалитетните кадри, кои предизвикуваат задоволство кај менаџментот и останатите вработени, 16 % од нив останале без одговор, а 6 % одговориле со не. Сепак, различна е сликата која ја даваат вработените каде што 54 % од нив сметаат дека конфликтите во организацијата навреме се решаваат, а 21 % сметаат негативно и 25 останале без одговор.

1) И овде се гледа дека не е исполнета ни генералната хипотеза, па ни третата помошна хипотеза за ова прашање која гласеше, дека квалитетните вработени кадри, преку правилното регрутирање, предизвикуваат задоволство кај менаџментот.

2.2 Кратко заклучно согледувања од емпириското истражување

По обработените емпириски податоци преку анализа, моделирање и истовремено табеларно и графичко прикажување, како и пресметувањето на вредноста на χ^2 -тестот, може да се извлече општ заклучок дека во сите одговори на прашањата, пресметаната вредност на χ^2 -тестот беше поголема од табличната.

Според ова, не се потврдува поставената основна хипотеза која гласеше: Правилно организираното регрутирање, овозможува привлекување на квалитетни кадри, па ниту поставените помошни хипотези, кои беа истакнати при анализата на податоците поодделно по секое прашање.

Менаџерите треба да се потрудат да ја променат ваквата ситуација и да посветат поголемо внимание на подобро организирање на регрутирањето на кадрите.

Со тоа се потврдува потребата од ова истражувањето фокусирано на правилното регрутирањето на кандидатите како фактор за ефективно работење на организациите.

ЗАКЛУЧОК

Правилното управување со човечките ресурси треба да биде основен фактор за обезбедување на успешно работење на секоја организација. Затоа менаџментот на човечки ресурсии, мора да обрнува посебно внимание на сите активности за привлекување и одржување на човечките ресурси.

Регрутирањето на кадрите како една од основните активности мора да се сфати како процес кој се презема не само кога ќе се појави празно работно место, туку и како процес на размислување и планирање за евентуалните идни потреби на кадри. Значи, процесот на регрутацијата не треба да постои само тогаш кога ќе се појават празни работни места; напротив, тој треба да биде постојан процес со чија помош ќе се создаде солидна база на потенцијални кандидати за идните работни места.

Во тој поглед, во секоја организација треба да функционира професионално управувана програма за регрутација во текот на целата година и тоа во периодите кога не се потребни нови кадри и во периодите кога се очекува вработување. Секогаш кога ќе се пристапи кон регрутирање потребно е да се има комплетна слика за вкупното функционирање на организацијата како сегмент од нејзиното окружување.

Главната суштина на регрутирањето е да се бараат компетентни луѓе или вработени, односно да се изврши селекција и регрутирање да ја темелите на целата активност на организацијата.

Деловните активности, во ова современо стопанисување, се соочуваат со нови и сè повеќе комплексни барања, на кои можат да одговорат само најспособните, најбрзите и најфлексибилните работници.

Во тој поглед правилното регрутирањето на кадрите, се јавува како приоритетна задача на менаџментот на човечки ресурси во секоја организација.

Користена литература:

- [1] Bahtijarević-Šiber, F. (1999), Management ljudskih potencijala; Golden marketing Zagreb, Zagreb;
- [2] Buble, M. (2006), Menadžment; Ekonomski fakultet Split, Split;
- [3] Business Dictionary, Recruitment, <http://www.businessdictionary.com/definition/recruitment.html>;
- [4] Dessler, G. (2005), Human Resource Management: 10th edn, Prentice Hall Inc., New Jersey, USA;
- [5] Gatewood, R., Field, H., Barrick, M. (2008), Human Resource Selection, 6th ed.; Cengage/South-Western: Mason, OH, USA;
- [6] Gatewood, Robert D., Feild, Hubert, S., Barrick Murray, R. (2008), Human resource selection: Thomson Learnin Inc, USA;
- [7] Hull, E., Jackson, K., Dick, J. (2011), Requirements Engineering, 3rd ed.; Springer: London, UK;
- [8] Mahapatro, B. Bhusan (2010), Human resource management: New Age International(P) Ltd. Pubishers, New Delhi;
- [9] Pržulj, Ž., Vemić-Đurković, J.(2010), Determination of competitive advantage from the perspective of non-material resources of companies, Montenegrin Journal of Economics, NO 11, Vol. VI, ISSN 1800-5845, UDC 33 (51), Ekonomska laboratorija za istraživanje tranzicije, Nikšić, Crna Gora;
- [10] University of Missouri System, Search Committee Training, <https://collaborate.umsystem.edu/sites/hrpublic/documents/CAREER/CURRENT/TalAcq-SearchCommitteeTraining.pdf#page=22>;
- [11] Мицески, Трајче (2009), Здравствена статистика и анализа на податоци: Универзитет „Гоце Делчев“, Штип;
- [12] Мицески, Т. (2009), Менаџмент на човечки ресурси. УГД, Економски факултет – Штип.

КРЕИРАЊЕ НА ИНКЛУЗИВНО СОВРЕМЕНО ЛИДЕРСТВО ВО ОРГАНИЗАЦИИТЕ ВРЗ ОСНОВА НА КОРИСТЕЊЕ НА МЕНАЏМЕНТ ТЕОРИТЕ И ПРАКТИКИТЕ

Викторија Адиска¹

**¹Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
viktorija.adziska@yahoo.com
проф. Трајко Мицески²**

**²Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
trajko.miceski@ugd.edu.mk**

Краток извадок

Иако времето во кое денес живееме, а истовремено и стопанисуваме со нашите организации, се нарекува современо време кое, напоредно со тоа, бара и современи методи на раководење од типот на харизматично лидерство, сепак во стварност, според исказите на многубројните испитаници, тоа не е така.

Впрочем, речиси во најголем број на организации доминираат два изразени погледи, од една страна несоодветност на раководење, а од друга страна несоодветно барање на вработените за соодветно раководење. Тоа значи дека во голем број организации не се врши вистинско современо харизматично раководење (за нас врвно раководење), а истовремено од друга страна, иако се врши харизматично раководење, од помал број на вработени, но влијателни со својата безсовесна доминантност, тоа е непосакувано со изговор дека преовладува „толерантност и недостаток на жештина кај раководителот“.

Во тој поглед, се наментнува прашањето, кој вид на лидерство да се примени во нашите организации. Па, ете, низ литературата преовладуваат голем број на менаџмент теории, а и истовремено очигледни практики. Останува да се направи спој на повеќе стилови на раководење со преферирање на современо лидерство.

Заради скудност на израз, такво лидерство би било инклузивно современо лидерство, што всушност би се темелело на големата свесност на лидерите за пристрасност и преференции на стиловите според реалноста во организацијата, при тоа активно барајќи и разгледувајќи различни ставови и перспективи за информирање во насока подобро донесување на одлуки на спроведување на соодветно лидерство. Тие мораат да ги инспирираат различни луѓе да ги следаат и истовремено ги придвижуваат организациските и индивидуалните перформанси кон заедничка визија.

Клучните области на развој за инклузивните лидери се континуирано практикување на менаџментот на себеразвојот, издигнување на самосвесноста, живеење во реалноста и развивање на заедничка визија, градење врски и создавање промени со вреднување на состојбите во кои работат, и многубројни активности поврзани кон етичко реализирање на целите.

Во трудов се дадени теоретски погледи на менаџмент школите, практикуваните раководења во организациите, емпириските истражувања, прикажани табеларно, графички и пресметковно и преферирање на активности за спроведување на инклузивно современо лидерство.

Клучни зборови: менаџмент теории, школи, инклузивно современо раководење

CREATING INCLUSIVE AND MODERN LEADERSHIP IN ORGANIZATIONS BASED ON THE USE OF THE MANAGEMENT THEORIES AND PRACTICES

Viktorija Adjiska

Faculty of Economics, Goce Delchev University, Stip

viktorija.adziska@yahoo.com

Professor Dr. Trajko Miceski

Faculty of Economics, Goce Delchev University, Stip

trajko.miceski@ugd.edu.mk

Abstract

Although the times in which we live in today and run our organizations at the same time are called modern times that require modern methods of charismatic leadership, but in reality, according to many respondents, this is not the case.

After all, almost all organizations are dominated by two distinct views, on the one hand the inadequacy of management, and on the other hand the inadequate demand of employees for proper management. This means that in many organizations there is no real modern charismatic management (for us known like “top” management) and at the same time, although charismatic management is performed by a smaller number of employees is influential with their reckless dominance, it is undesirable by the excuse that is missing “tolerance and lack of heat by the manager”

In this regard, the question arises, what kind of leadership to apply in our organizations? Well, there are a number of management theories in the literature, and at the same time obvious practices. It remains to merge multiple leadership styles by preferring modern leadership.

Due to the scarcity of expression, such leadership would be inclusive modern leadership, which would in fact be based on the great awareness of leaders about style preferences according to reality in the organization, actively seeking and considering different views and perspectives for better decision making. They must inspire different people to follow and at the same time move the organizational and individual performance towards a common vision.

The key areas of development for inclusive leaders are the continuous practice of self-development management, raising self-awareness, living in reality and developing a shared vision, building relationships and making changes by valuing the situations in which they work and numerous activities related to ethical goals.

This paper provides theoretical views on management schools, practical leadership in organizations, empirical research, that are made graphical and preference for activities to implement inclusive modern leadership.

Key words: management theories, schools, inclusive modern management

Вовед

Во ова време на живеење и стопанисување, во организациите, се практикураат и користат различни стилови на раководење или комбинација од стилови, како резултат на изразените школи на менаџмент.

Значи, во раководењето преовладуваа посебно истакнати стилови на раководење засновани на постулатите на некои од менаџмент школите како што се: Класична школа за менаџмент, Бихевиористичка школа за менаџмент, Квантитативна школа - менаџмент на знаење (наука), Современа школа за менаџмент.

Па, иако во практиката се користат повеќе менаџмент стилови на раководење, сепак, сметаме дека во овие услови на стопанисување, би било добро во нашите организации да се применува инклузивно современо раководење, кое би придонесло за успешно водење на истите.

Останува да се направи спој на повеќе стилови на раководење со преферирање на современо лидерство.

Заради скудноста на израз, таквото лидерство би било инклузивно современо лидерство, што всушност би се засновало на големата свесност на лидерите за пристрасност и преференции на стиловите според реалноста во организацијата, при тоа активно барајќи и разгледувајќи различни ставови и перспективи за информирање во насока подобро донесување на одлуки на спроведување на соодветно лидерство. Тие мораат да ги инспирираат различни луѓе да ги следаат и истовремено ги придвижуваат организациските и индивидуалните перформанси кон заедничка визија.

Клучните области на развој за инклузивните лидери се континуирано практикување на менаџментот на себеразвојот, издигнување на самосвесноста, живеење во реалноста и развивање на заедничка визија, градење врски и создавање промени со вреднување на состојбите во кои работат, и многубројни активности поврзани кон етичко реализирање на целите.

Во трудот се дадени теоретски погледи на менаџмент школите, практикуваните раководења во организациите, емпириски истражувања, прикажани табеларно, графички и пресметковно и преферирање на активности за спроведување на инклузивно современо лидерство.

1. Општ осврт кон менаџмент теориите и школите

Теориите се збирови на упатства коишто даваат смисла на некоја појава, односно клучни чинители, така што појавите ги поврзуваат во целина, ја идентификуваат и објаснуваат врската помеѓу причинителот, објаснуваат што се случува кога причинителите се во интеракција и со отсликување на клучните односи овозможуваат предвидување на идното однесување и подобра контрола врз таа појава.

Иако некои сметаат дека не е потребно да се познава теоријата, или развојот на теоријата за менаџментот, сепак, изучувањето на теоријата е битно заради неколку причини:

- *Теориите ги насочуваат одлуките:* Теоријата е збир на усогласени претпоставки за односот на две или повеќе појави, која што дава можност за предвидување на текот на активностите и очекуваните резултати. Проучувањето на теоријата помага при разбирањето на процесите и изборот на ефективни правци на акциите;
- *Теориите го обликуваат начинот на кој што ги перципираме организациите:* Со проучувањето на теориите и нивното настанување се штитиме од предолго лутање, ги разбираме изворите и причините на некои наши одлуки;
- *Теориите нè прават посвесни за околината:* Теориите функционираат во одреден простор и време. Различните услови бараат и различни теории на ефективното функционирање;
- *Теориите се извор на нови идеи:* Секоја теорија ги надоградувала и ги менувала деловите на веќе постоечките теории, со тоа што разбирањето на новите теории често пати е полесно ако се познаваат постоечките теории.

Некои автори¹ нагласуваат дека менаџментот мора да доживее драматични надоградувања, затоа што менаџерските алатки на индустриското општество се актуелни за современите управувачки проблеми колку и коњската спрега за друмскиот сообраќај².

Кога не би граделе на сопственото и на искуствата од претходните генерации на научници и истражувачи, а би граделе без познавање на историските постигнувања, тогаш, секогаш од почеток „би се откривала топлата вода, огнот, парната машина, автомобилот, авионот, итн.“.

¹ Hamel Gary , Leading the revolution, Perguin Books, 2002. England.

² Иако во современото опкружување сè повеќе се јавуваат неподдржани предизвици од искуството, кои што бараат сосема нови контролни механизми, сепак не е препорачливо потполно да се занемарат историските ускуства.

2. Еволуцијата на Теоријата на менаџментот

Еволуцијата на менаџмент теориите поинтензивно и систематично се проучува во текот на последните стотина години. Како да се унапреди постигнувањето на организациите?

Потребата за менаџментот станува сè поголема со појавата на *индустриската револуција*. Со индустриската револуција овозможено е забрзано, наместо бавно, занаетчиско производство. Таа овозможила создавање на големи погони во кои не било потребно да се познава целиот процес и технологија на некои производи. Поедноставувањето на работата водело кон нови предизвици: обука на работниците; координација на материјалот, машини и луѓе; дистрибуција на робата, што резултирало со потребната систематизација и структурирање на знаења и начините на унапредување на работата на организацијата.

Бидејќи кон крајот на XIX век некои организации достигнале неочекувано зголемување³ и комплексност, станало неопходно да се развијат методи со кои што така масивни организации е можно да се направат попродуктивни и поефективни.

Така, во текот на дваесеттиот век се појавиле неколку различни пристапи на одговори на прашањето: „Како да се унапредат перформансите на организациите?“ кои денес често се нарекуваат „школи за менаџмент“, во кои овде посебно ќе се наведат следните:

- Класична школа за менаџмент;
- Бихевиористичка школа за менаџмент;
- Квантитативна школа - менаџмент на знаење (наука);
- Современа школа за менаџмент;
- Нови пристапи.

Така, секоја од овие школи е поврзана со поголем број преставници, при што некои од нив ќе бидат истакнати во Табелата, која следи.

Табела 1: Школи, пристапи, претставници и темелни перспективи
Table 1: Schools, approaches, representatives and thorough perspectives

<i>Школа</i>	<i>Декада</i>	<i>Пристап</i>	<i>Претставник</i>	<i>Перспектива</i>
Класична школа	1910	Научен менаџмент	F. Taylor	Структурирање и дизајнирање на организацијата и работата
	1920	Административна теорија	H. Fayol	Структурирање и дизајнирање на организацијата и на работата
	1920	Теорија на бирократија	M. Weber	Нагласување на редот, рационалноста, составот и конзистентноста
Бихевиористичка школа	1920	Пристап кон управувањето на односите со луѓето	E. Mayo	Унапредување на односите помеѓу работникот и менаџерот води кон поголемо задоволство и подобра продуктивност

³ На пр. во САД 12 фабрики вработувале по 6.000 - 10.000 работници.

Менаџмент на знаење (науката)	1940	Пристап на управувањето со човечките ресурси	D. McGregor	Идентификација на односите спрема работата, развивање на подобри менаџерски техники за управување со човечките ресурси
	1940	Операциски истражувања	P. Blackett	Мултидисциплинарен пристап на управување на операциите користејќи статистички и математички, економски и др. модели; фокус на проблемите на логистиката и контролата
	1947	Линеарно програмирање	G. B. Dantzig	Фокус на модели на управување на комплексни проблеми, распоредување на оскудни ресурси на повеќе струки, цели и производни состави
Современи интегративни теории	1950	Системски пристап	C. I. Bernard, Bertalanfs	Нагласување на меѓузависноста и поврзаноста на деловите во целина, и на целината со околината
	1960	Контингентски пристап	T. Burns, G. M. Stakler	Зависност на одредени активности во контекст на ситуацијата во која се одвиваат
Нови пристапи	1980	Квалитети	W. E. Deming, J. M. Juran, P. B. Crosty	Фокус на мерењето на контролата на квалитетот и интеграција на квалитетите во целиот процес на трансформација на материјалот во готов производ
		Перфектност	J. Peters	Значењето на старите добри работи, фокус на купувачот, квалитетот, експериментирање

Секоја од овие школи преферира посебен фокус на одредени области и перформанси, но со основна цел подобрување на резултатите на работењето.

3. Лидерството (водењето) низ години

Лидерството, независно без разлика во која форма се јавува, дали во форма на поддршка или пак е диктаторско, постоело уште од кога луѓето почнале да комуницираат. Сепак, потребата за лидерство значително се зголемила со појавата на брзиот технолошки, културен и демографски напредок.

Покрај ова, промените во комуникацијата ги принудиле организациите, лидерите и следбениците секогаш да бидат свесни дека треба да ја подобрат својата интеракција, со цел да се постигнат заедничките цели. Вредностите и намерите во однесувањето на раководството се главни причини за постојаното развивање на теориите на лидерство и моделите и алатките поврзани со ова.

Овие обично се фокусираат или на лидерот, задачата, околината, следбениците (и) или членовите на тимот во прилично комплексна комбинација на пост-модерни системски и релативни лидерски аспекти. Како апстрактен термин, лидерството не се користи исклучиво во контекст на платена работа. Сепак, еволуцијата на работното опкружување доминираше во креирањето на односите помеѓу носителите на одлуки и нивните следбеници, волонтери, професионалци, па дури и семејствата хиерархиски биле обликувани.

Во прединдустриската ера, раководството се концентрирало околу лидерот и човековите вредности како што се честа, престижот и авторитетот, квалитети што не беа отворени за дискусија. Добрите следбеници требало да бидат послушни, а фокусот беше првенствено на тоа **што** работеле луѓето, честопати и на степенот на кој тие се именувани по својата професија, особено е истакното од Смит, Милер, итн. Целта во овој период била опстанок и успех на човештвото.

3.1. Фокус на задачата и производството

Со започнување на самата индустриската еволуција, работниците започнале да прават дистинкција помеѓу работата и слободното време, делејќи ги нивните задолженија од нивните интереси. Ова значи дека мотивацијата станала важна грижа за лидерите. Првата светска војна и рецесијата подоцна во 1920-тите, во комбинација со технолошката развојна автоматизација, сигнализираше почеток на нова ера во која извор на свеста за лидерството е од значителен интерес. Форд го вовел ременскиот склоп и стапката на парчиња за мотивирање на вработените со цел да се забрза производството на автомобили, без поголемо размислување за социјалните и физичките реперкусии.

Водечките вредности беа прикажани со продуктивноста, количината, брзината и економичноста. Целите беа поврзани со раст и економски просперитет. Главните теории на овој период се фокусираа на тоа **како** луѓето работат. За време на Втората светска војна потребата за вработени во фабриките привлекоа повеќе жени во платената работна сила. Откако војната заврши, многу иновации во светот се фокусираа повеќе за подобрување на продуктивноста во фабриките, канцелариите, па дури и помеѓу луѓето.

3.2. Фокус кон луѓето

Почетокот на модерната ера на лидерството се фокусираше на меѓучовечката динамика и психологија, иако фокусот сè уште беше на перспективата на лидерот или организацијата наместо на влијанието врз следбениците. Клучните психолошки теории беа: X и Y перспектива за хуманост⁴, Хиерархија на Маслоу⁵ за потребите и Мотивациската теорија на Херцберг⁶, сето тоа првенствено се фокусираше на работата зошто луѓето работат. Целите на многу организации сè уште се со фокус кон растот и богатството, но сè повеќе постоела подготвеноста за глобалната дистрибуција на идеи и подобрувањето на квалитетот на животот. Целите генерално биле поврзани со квалитетот на производите, услугите и животот воопшто.

Како што растела технолошката иновација, продолжиле да се зголемуваат и ИТ решенијата. Машините за работа преземале многу од потешките работни места, фокусот сега се префрлил на свеста за постојано подобрување на ефикасноста, додека истовремено се минимизирала потрошувачката на природните ресурси и дефект на човечките физички и ментални ресурси. Помалку луѓе работат во производство и сè повеќе и повеќе вработени има во Секторот за услуги или грижа.

⁴ X and Y are human theories on motivation and management by Douglas McGregor. Theory X stresses the importance of strict supervision, external rewards and penalties. Theory Y highlights the motivational role of job satisfaction and encourages workers to approach tasks without direct supervision.

⁵ Abraham Maslow's 'Hierarchy of Needs' uses the terms physiological, safety, belonging, love, esteem, self-actualisation and self-transcendence to describe the pattern through which human motivations generally move. The goal of Maslow's Theory is to attain the sixth level of stage: self transcendence.

⁶ Frederick Herzberg developed a theory on motivation based on two factors: at the workplace there are certain factors that cause job satisfaction (motivators), while a separate set of factors cause dissatisfaction (hygiene factors).

3.3. Глобална комуникација

Интернетот ја забрзува глобалната комуникација⁷ и се отвориле можности за управување со луѓе и производство од далечина. Лидерство значи да се биде свесен дека една личност не може да се справи со сè самостојно, дури и при мултитаскинг. Лидерите мора да покажат верба во членовите на нивниот тим и треба да комуницираат со цел да се мотивираат и оптимизираат продуктивноста и ефикасноста. Нафтената криза во 1970-тите и рецесијата на почетокот на овој век ги принудува организациите да ги оптимизираат и анализираат традиционалните начини на работа. Ова доведе до експлозија во моделите и теориите за тоа како да се направи светот да работи со фокус кон задачите, процесите, луѓето, па дури и односите помеѓу засегнатите страни во една задача. Бидејќи лидерот го прави тоа, не управува со сите должности, заедничкото лидерство или тимот од лидерството кои се состојат од луѓе со комплементарни вештини и делегирани одговорности станаа сè повеќе вообичаени⁸. Свесноста за сличностите и разликите во надлежностите и потребите сега се неопходни. Знаењето⁹ и прегледот на системите за преклопување во рамките на работната заедница стана задолжително за оние кои се вклучени.

3.4 Развивање на самосебесно лидерство

Нашиот свет денес е непостојан, несигурен, комплексен и двосмислен. Економските превирања, животната средина, катастрофите, конфликтите како резултат на масовната миграција се само некои од прашањата што водат кон континуирана промена. Концептот на системско размислување ја истакнува сложеноста во која живеат луѓето. Многу модели на лидерство се развиваат врз основа на истражување за тоа како луѓето можат да ги извршуваат своите задачи ефикасно.

Теориите се фокусираат на само лидерство: далечно/далечинско лидерство; доверба и верба; делегација; мотивација; и резонантно раковоство. Фокусот се префрли од гледна точка на еден лидер и оние кои се вклучени во дадена задача, во поширок контекст како организација. Ова значи дека секоја засегната страна е целосно одговорна за неговиот или нејзиниот удел во задачата, за групата и/или за целата организација. Управување со стресот, тренингот и имедитацијата честопати се споменуваат како начини за справување со сложеноста, несигурноста и несовершеноста во реалноста. Теоретичарите и организациите ги вклучуваат овие трендови и размислуваат за нови теории и методи да ги поддржуваат оние што се соочуваат со предизвиците на денешницата со цел да бидеме подготвени за светот во утрешниот ден.

⁷ 4 Boyatzis, Richard (2013) In the book the authors argue that ,resonance is the reservoir of positivity that frees the best in people. At its root, then, the primal job of leadership is emotional.

1. X и Y се човечки теории за мотивација и управување од Даглас Мек Грегор. Теоријата X ја нагласува важноста на строг надзор, надворешни награди и казни. Теоријата Y ја истакнува мотивациската улога на задоволството од работата и ги охрабрува работниците да пристапуваат кон задачите без директен надзор.

2. „Хиерархијата на потребите“ на Абрахам Маслоу ги користи термините физиолошки, безбедност, припадност, љубов, почит, самореализација и самотрансценденција за да го опише образецот преку кој генерално се движат човечките мотиви. Целта на Теоријата на Маслоу е постигнување на шесто ниво на фаза: само трансценденција.

3. Фредерик Херцберг разви теорија за мотивација заснована врз два фактори: на работното место постојат одредени фактори кои предизвикуваат задоволство од работата (мотиватори), додека посебен пакет фактори предизвикуваат незадоволство (хигиенски фактори).

4 Boyatzis, Richard (2013). Во книгата авторите тврдат дека, резонанцијата е резервоар на позитивноста што го ослободува најдоброто кај луѓето. Тогаш, во неговиот корен, примарната работа на лидерството е емотивно.

⁸ Catalyst is an NGO for researching and training in the area of diversity.

⁹ Catalyst (2017).

Успешна компанија и организација е онаа која е подложна на еволутивната цел на човештвото верувајќи дека тие самите се живи организми со чувство за насока и индивидуална генијалност. За да се постигне ова, Лалукс тврди дека луѓето не треба повеќе да носат „професионална маска“. Наместо тоа, тие треба да бидат охрабрани да ги извршуваат во целост и да ги негуваат нивните духовни и рационални аспекти. Лалукс наведува дека толку многу организации денес се чувствуваат безживотно затоа што многу малку живот се вбригува во нив. Душевно практиките, тврди тој, би можеле да им овозможат да се намалат нивните маски и да ја откријат нивната хуманост.

Ото Шармер, автор и предавач во МИТ, ги опишува водачите како - оние кои се вклучуваат во создавањето на промени и обликување на нивната иднина, без оглед на нивните формални позиции¹⁷. Тој ги идентификува како потреба да се преселиме од его-систем-центричен свесност на институционалните носители на одлуки за реалност на екосистемот. Донесувачите на одлуки широм институциите на системот треба да одат кон заедничко патување од гледање само на сопствениот став (его-свесност) до доживување на системот од перспективата на другите играчи, особено оние, кои се најмаргинализирани.

Сите овие теории се однесуваат на концептот на „Инклузивност“ во многу широка смисла. Тие фундаментално ги имаат на ум „сите“, без оглед на културната позадина, возраста, сексуалната ориентација, пол, инвалидитет, типот на личноста и начините на работа. Овој начин на гледање на инклузивноста, исто така, го најде својот пат во организациите и компаниите каде принципи на инклузивно лидерство се развиени и имплементирани. Еден пример за ова е Делоит¹⁸, кој го опишал инклузивниот лидер како лице кое активно создава работно место во кое се негува разновиден талент, без оглед на пакувањето, и во кои различни тимови работат до нивниот максимален потенцијал и личност која ја разбира врската помеѓу различностите, вклучувањето и повисоките деловни перформанси. Се работи за намера, но се работи и за разбирање на влијанијата вклучување (и исклучување) и како создавањето на нови навики на однесувањето и работните практики. За нив, различноста значи прислушување во мудроста на толпата, така што нивните водачи не мора да го носат тој товар сами.

Сите овие теории на лидерството ја доведуваат новата димензија на разновидност која може да воведо иновации и да даде одговори за предизвиците на денешницата. Тие веруваат дека нивната потреба е водачите да бидат инклузивни за да се зајакне тимскиот дух и да се оспособат поединците да ко-креираат. Инклузивното лидерство¹⁹, како што е наведено во овој труд, се фокусира на поединците изложени на ризик од исклучување со гледање на нивни потреби, аспирации и потенцијали и зајакнување тие целосно да учествуваат во општеството.

Без разлика на многубројните дефиниции, сепак сметаме дека инклузивно современо лидерство, треба да се темели на големата свесност на лидерите за пристрасност и преференции на стилите според реалноста во организацијата, при тоа активно барајќи и разгледувајќи различни ставови и перспективи за информирање во насока подобро донесување на одлуки на спроведување на соодветно лидерство. Тие мораат да ги инспирираат луѓето да ги следаат и истовремено да ги придвижуваат организациските и индивидуалните перформанси кон заедничка визија.

Клучните области на развој за инклузивните лидери се континуирано практикување на менаџментот на себеразвојот, издигнување на самосвесноста, живеење во реалноста и развивање на заедничка визија, градење врски и создавање промени со вреднување на состојбите во кои работаат и многубројни активности поврзани кон етичко реализирање на целите.

¹⁷ Scharmer Otto, Kaufer Katrin (2013) Leading from the Emerging Future. From Ego-System to EcoSystem Economies. Berrett-Koehler Publishers. San Francisco. p. 12.

¹⁸ Deloitte (2012): Inclusive Leadership Will a Hug do? Human Capital, Deloitte Australia Point of View p.1.

¹⁹ Catalyst (2017), Take 5 leadership / Take 4 inclusive leadership. Training manual. <http://www.catalyst.org/>

5. Емпириско истражување

Претходно елаборираните теоретски аспекти на менаџмент школите за креирање на инклузивно современо лидерство во организациите даваат основа на размислување и користење на нивните преференции.

Заради согледување на реалните состојби со раководењето во дел од нашите организации, беше извршено и емпириско истражување преку претходно подготвени анкетни прашалници.

5.1 Методологија на истражувањето

Со цел истражувањето да биде поцелосно, во овој труд беше користена соодветна методологија со аргументирање на оправданоста, предметот и целите на истражувањето, потоа се постави основна и помошни хипотези, како и објаснување на методите што се користат за собирање и обработка на добиените податоци.

5.2 Оправданост на истражувањето

Оправданоста на ова истражување произлегува од самиот факт што денес во ова современо живеење е неопходен современ и правилен менаџментот во организациите за постигнување на задоволителни резултати.

Дополнително, од самото истражување може да се воочи дека се оправдани истражувачки заложби за проучување и согледување како на теоретските така и на реалните состојби во раководењето со организациите.

5.3. Предмет и цел на истражувањето

Предмет на ова теоретско и емпириско истражување претставува осознавање на комплексноста на погледите на менаџмент школите за креирање на современо посеопфатно раководење.

Основна цел на ова истражување е да се согледа прифатеноста на влијанието на менаџментот школите, односно преферираните стилови на раководењето во истражуваните организации, од страна на испитаните групи: менаџери и вработени.

5.4. Хипотетичка рамка

Основната хипотеза на емпириското истражување се заснова на тврдењето дека *доколку се применува правилно раководење во организациите, тогаш вработените ќе бидат задоволни од истото, па и одговорите на испитуваните менаџери и вработени ќе соодветствуваат.*

5.5. Методи на истражување

Преку користење на соодветени методи на истражување, може да се соберат обработат и анализираат квалитетни информации.

Од оваа причина, во овој труд се користени квалитативните и квантитативните методи на истражување. Од нив најмногу се користени *анкетата, статистичката обработка на податоците, компарацијата и изведени заклучни согледувања.*

Анализата како метода на истражување беше користена по теоретски и емпириски начин. Со деталното проучување на теоретската содржина и преку согледувањата на реалната состојба на испитуваните институции, се осознаваат состојбите за начинот на преферирањето на менаџментот во финансиските институции.

Анкетата како многу применувана метода на истражување се користи за собирање на примарни податоци. Таа е флексибилна алатка, којашто може да произведе и квалитативни и квантитативни информации, во зависност од тоа како истата е структурирана и анализирана. Поконкретно, во овој научноистражувачки труд анкетата вклучува и постапки за мерење преку писмено поставени прашања на испитаниците.

Добиените информации од анкетните прашалници кои беа пополнети од истражуваните менаџери и од вработените најнапред беа групирани, се изврши пресметки и се прикажани табеларно и графички.

5.6. Резултати од истражувањето

Истражувањето беше спроведено преку анкетни прашалници во текот на месец март 2020 година. Анкетните прашалници беа пополнети како од страна на испитуваните менаџерите, така и од страна на испитуваните вработени во одредени претпријатија во Штип, Скопје и Прилеп. Беа поделени 35 анкетни прашалници на менаџерите, од кои на сите прашања одговорија 31 менаџер и 70 анкетни прашалници на вработените од кои со сите одговори беа комплетирани 65 анкетни листови.

При емпириското истражување, искористен е χ^2 -тестот и коефициентот на контингенција (C), со цел за осознавање на соодветноста на исказите на испитуваните менаџери и вработени.

Како еден од најчесто применуваните тестови, χ^2 -тестот се користеше за испитување на разликите помеѓу групната варијанса на испитуваните и теоретските фреквенции²⁰.

Подолу следи табеларен и графички приказ на добиените и обработени податоци од сите прашања што се предмет на ова истражување, како и поединечно толкување на истите.

Табела 2: Сумирани одговори на менаџерите и вработените од анкетните прашалници
Table 2: Summarized responses of managers and employees according to survey questionnaires

Поставени прашања	Понудени одговори	Поединечни одговори			
		Менаџери		Вработени	
		Вредност	%	Вредност	%
1. Дали во организацијата се врши правилно раководење од страна на менаџерот/ менаџерите?	Да	27	87	41	63
	Не	1	3	9	14
	Без одговор	3	10	15	23
	Вкупно	31	100	65	100
	Пресметаниот χ^2 -тест изнесува: 15,930 C = 0,272				
2. Дали менаџерот при раководењето во најголем дел ги мобилизира влијателните фактори?	Да	26	84	45	69
	Не	1	3	8	13
	Без одговор	4	13	12	18
	Вкупно	31	100	65	100
	Пресметаниот χ^2 -тест изнесува: 7,695 C = 0,192				
3. Дали сметате дека во Вашата организација вработените се доволно мотивирани и задоволни од раководењето?	Да	25	81	39	60
	Не	1	3	10	15
	Без одговор	5	16	16	25
	Вкупно	31	100	65	100
	Пресметаниот χ^2 -тест изнесува: 12,749 C = 0,245				

²⁰ Мицески, Трајче (2009), Здравствена статистика и анализа на податоци, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, стр. 154-191.

Заради поцелосно согледување на одговорите на испитуваните менаџери и вработени, секое прашање ќе биде подетално разработено.

Првото прашање гласеше: Дали во организацијата се врши правилно раководење од страна на менаџерот/менаџерите?

Табела 3: Табеларен приказ на одговорите на првото прашање

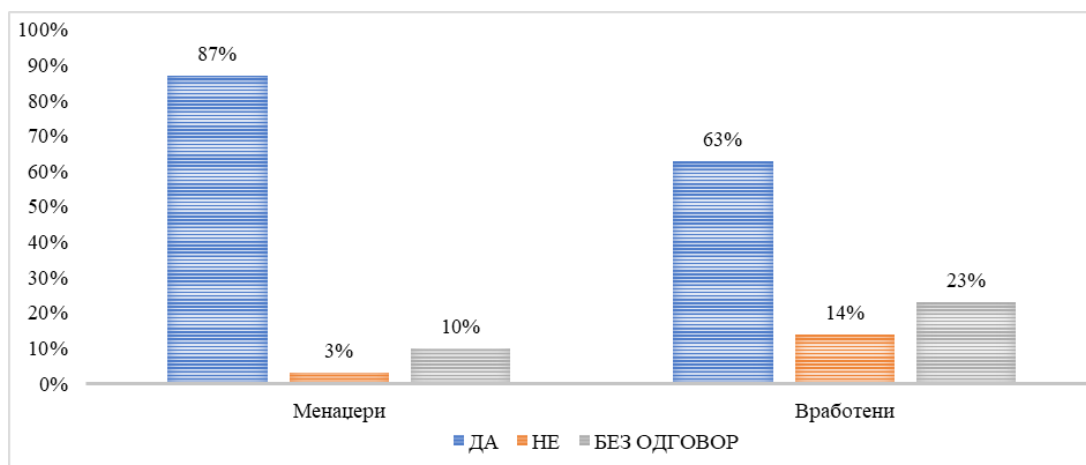
Табела 3: Табеларен приказ на од страна на претседателот на првото прашање

Table 3: Presentation of the answers to the first question

Table 3: Presentation by the president of the first question

Поставени прашања	Понудени одговори	Поединечни одговори			
		Менаџери		Вработени	
		Вредност	%	Вредност	%
1. Дали во организацијата се врши правилно раководење од страна на менаџерот/ менаџерите?	Да	27	87	41	63
	Не	1	3	9	14
	Без одговор	3	10	15	23
	Вкупно	31	100	65	100
Пресметаниот χ^2 -тест изнесува: 15,930					
C = 0,272					

Сликвито, одговорите на ова прашање се прикажани во Графиконот кој следи:



Графикон 1: Графички приказ на одговорите на првото прашање

Chart 1: Graphic presentation of the answers to the first question

Од табеларниот и графичкиот приказ се гледа дека на првото прашање 87 % од менаџерите во испитуваните организации/претпријатија, сметаат дека во претпријатијата правилно се раководат со човечките ресурси, 3 % од нив одговориле негативно, додека пак 9 % останале без одговор.

Од друга страна, пак, 63 % од вкупните испитувани вработени сметаат дека нивните менаџери правилно раководат со човечките ресурси во претпријатијата, 14 % се изјасниле негативно, а 23 % останале без одговор.

Вредноста на χ^2 -тестот за ова прашање изнесува 15,930, што е поголема од табличната вредност на χ^2 од 5,991, со што можеме да заклучиме дека одговорите на менаџерите и вработените во однос на ова прашање не се совпаѓаат. Коефициентот на контингенција

изнесува 0,272 што укажува на слабо-умерена меѓузависност помеѓу испитуваните варијабли.

Од податоците во Табелата и во графичкиот приказ, па и од пресметаниот χ^2 -тест, се гледа дека во прикажувањето на исказите за тоа дали менаџерите правилно раководаат со човечките ресурси во претпријатијата каде се вработени, постојат разлики во исказите и на менаџерите и на вработените. Најголемиот дел од испитуваните менаџерите одговориле потврдно, а додека пак поголемиот број од вработените не мислат така.

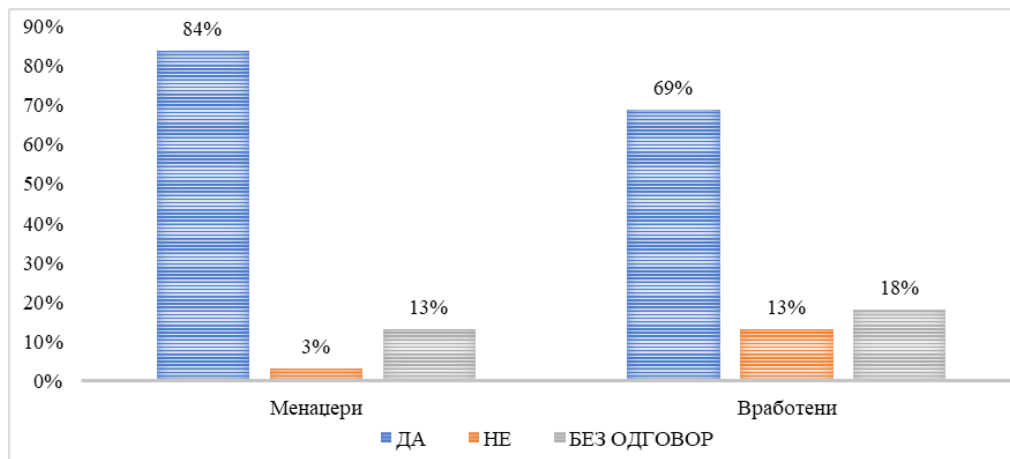
Оттука, можеме да кажеме дека во однос на првото прашање не е задоволена поставената хипотеза.

Второ прашање беше поставено: Дали менаџерот при раководењето во најголем дел ги мобилизира влијателните фактори?

Табела 4: Табеларен приказ на одговорите на второто прашање
Table 4: Table of the answers to the second question

Поставени прашања	Понудени одговори	Поединечни одговори			
		Менаџери		Вработени	
		Вредност	%	Вредност	%
2. Дали менаџерот при раководењето во најголем дел ги мобилизира влијателните фактори?	Да	26	84	45	69
	Не	1	3	8	13
	Без одговор	4	13	12	18
	Вкупно	31	100	65	100
Пресметаниот χ^2 -тест изнесува: 7,695					
C = 0,192					

Сликвито, одговорите на ова прашање се прикажани во Графиконот кој следи:



Графикон 2: Графички приказ на одговорите на второто прашање
Chart 2: Graphic representation of the answers to the second question

Преку анализа на Табелата и Графиконот се забележува дека по однос на прашањето: Дали менаџерот при раководењето во најголем дел ги мобилизира влијателните фактори? 84 % од испитаните менаџери одговориле со да, 3 % со не, а 13 % останале без одговор, додека пак од испитаните вработени 69 % одговориле позитивно, 13 % негативно, а 18 % останале без одговор.

Вредноста на χ^2 -тестот за ова прашање е 7,695, што е поголема од табличната вредност, од што произлегува заклучокот за неусогласеноста на исказите помеѓу двете групи на испитаници. Коефициентот на контингенција има вредност 0,192, што покажува слаб интензитет на меѓусебна поврзаност на одговорите.

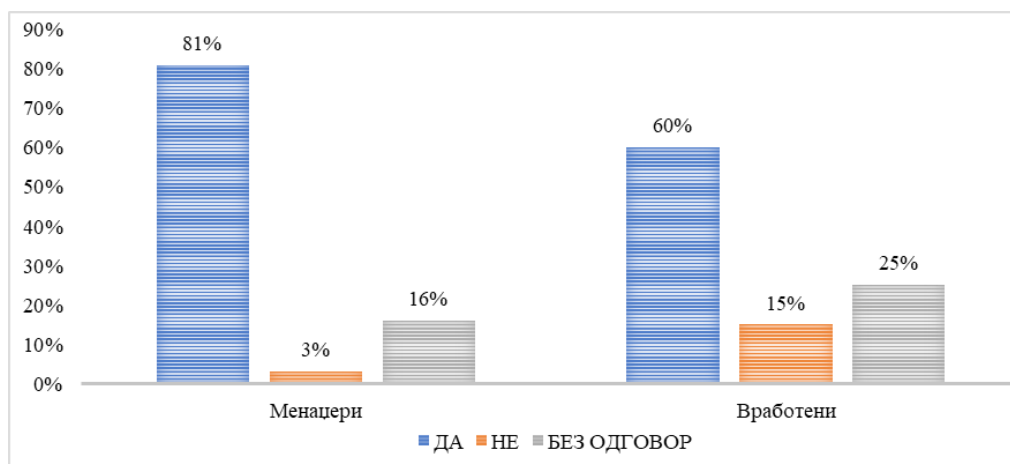
Иако поголем дел од менаџерите сметаат дека при нивното раководење во најголем дел ги мобилизира влијателните фактори, сепак вработените со нивните одговори ни даваат малку поинаква слика за ова. Според анализите по ова прашање, можеме да заклучиме дека поставената хипотеза, не е исполнета.

Третото прашање гласеше: Дали сметате дека во Вашата организација вработените се доволно мотивирани и задоволни од раководењето?

Табела 5: Табеларен приказ на одговорите на третото прашање
Table 5: Table display of the answers to the third question

Поставени прашања	Понудени одговори	Поединечни одговори			
		Менаџери		Вработени	
		Вредност	%	Вредност	%
3. Дали сметате дека во Вашата организација вработените се доволно мотивирани и задоволни од раководењето?	Да	25	81	39	60
	Не	1	3	10	15
	Без одговор	5	16	16	25
	Вкупно	31	100	65	100
Пресметаниот χ^2 -тест изнесува: 12,749					
C = 0,245					

Сликовито, одговорите на ова прашање се прикажани во Графиконот кој следи:



Графикон 3: Графички приказ на одговорите на третото прашање
Chart 3: Graphic representation of the answers to the third question

Преку анализа на Табелата и Графиконот се забележува дека по однос на прашањето: Дали во организацијата вработените се доволно мотивирани и задоволни од раководењето 81 % од испитаните менаџери одговориле со да, 3 % со не, а 16 % останале без одговор, додека пак од испитаните вработени 60 % одговориле позитивно, 15 % негативно, а 23 % останале без одговор.

Вредноста на χ^2 -тестот за ова прашање е 12,749, што е поголема од табличната вредност, од што произлегува заклучокот за неусогласеноста на исказите помеѓу двете групи испитаници. Коефициентот на контингенција има вредност 0,245 што покажува слабо-умерен интензитет на меѓусебна поврзаност на одговорите.

Иако поголем дел од менаџерите сметаат дека во организација вработените се доволно мотивирани и задоволни од раководењето, сепак вработените со нивните одговори ни даваат малку поинаква слика за ова.

Според анализите по ова прашање, можеме да заклучиме дека основната хипотеза и овде не е исполнета

5.7 Заклучни согледувања по емпириското истражување

Во емпириското истражување, од вкупно сумираните податоци и пресметаните статистички показатели, вредностите на χ^2 -тестот и коефициентот на контингенција, јасно се гледаат значајните разлики во исказите на менаџерите и на вработените.

Ваквата состојба се потврдува и со пресметаните вредности на χ^2 -тестот за сите прашања, кои се движат над теоретската вредност и коефициентот на контингенција што зазема ниски вредности, покажува дека не соодветствуваат одговорите на двете групи испитаници, а и поврзаноста на нивните одговори е слаба. Со тоа не е исполнета поставената хипотеза која гласеше дека: *Дека доколку се применува правилно раководење во организациите, тогаш вработените ќе бидат задоволни од истото, па и одговорите на испитуваните менаџери и вработени ќе соодветствуваат*, затоа е потребно поголемо посветување и обука на менаџерите од областа на современото раководење, со фокус на подигнување на нивото на раководење преку учество и сеопфатност на преферирани стилови од школите и вклученост на способните, како и вработените.

6. Преференции за развој на инклузивно современо лидерство

Применување на инклузивно современо лидерство е поврзано со многубројни активности, како на пример, практикувањето на менаџмент на саморазвојот чија цел е да се има отворен ум и да се научи да се дејствува на автентичен начин²¹.

Тоа вклучува познавање на индивидуални вредности и убедувања, како и ограничувања, стравови, стереотипи и предрасуди. Инклузивните водачи се јасни и транспарентни во своите убедувања и мотивации и тие делуваат доследно со овие погледи. Тие препознаваат дека тоа се модели на општеството и свесно ја превземаат оваа должност. Тие ги разбираат механизмите на моќта, и се дел од реалноста и знаат како да ги користат самите механизми одговорно. Тие се подготвени да ја балансираат нееднаквоста на власта преку оспособување²².

Таквите лидер се отворени во признавањето на грешки, ги прифаќаат и учат од критиките и различните погледи, бараат придонес од други за да ги надминат ограничувањата. Да се биде отворена личност, исто така значи и извинување при направени грешки, како и храброст за надминување на личните стереотипи, предрасуди, пресуди и стравови.

ЗАКЛУЧОК

Менаџирањето како практика е многу стара, додека официјалната студија за управување како научна дисциплина е релативно млада. И покрај неточноста и релативната не целост на теориите и науките за менаџирање, развојот на управувањето на мисла започнала уште од памтивек кога луѓето прво се обидоа да постигнат цел или група на цели, работејќи заедно. Управувањето со мислата се разви во текот на историјата под влијание на различни сили. Од најраните времиња до денес, можат да се идентификуваат четири сили, т.е. фактори кои имаат и продолжуваат да имаат влијание врз формирањето и развојот на теоријата на управување: технологија, економија и општество и политика.

²¹ Brown, Brené (2014).

²² SHRM-study (2016).

И покрај тоа што низ литературата преовладуваат голем број менаџмент теории, а истовремено и очигледни практики, сепак добро е да се направи спој на повеќе стилови на раководење со преферирање на современо лидерство, кое заради скудност на израз таквото лидерство би се нарекувало инклузивно современо лидерство, што всушност би се засновало на големата свесност на лидерите за пристрасност и преференции на стилските според реалноста во организацијата, при тоа активно барајќи и разгледувајќи различни ставови и перспективи за информирање во насока подобро донесување на одлуки на спроведување на соодветно лидерство. Тие мораат да инспирираат различни луѓе да ги следаат и истовремено да ги придвижуваат организациските и индивидуалните перформанси кон заедничка визија

Инклузивното лидерство се појавува како уникатна и критична способност која им помага на организациите да се прилагодат на различни клиенти, пазари, идеи и талент.

Користена литература:

- [1] Bahtijarević-Šiber, F. (1999), Management ljudskih potencijala; Golden marketing Zagreb, Zagreb; Buble, M. (2006), Menadžment; Ekonomski fakultet Split, Split;
- [2] Business Dictionary, Recruitment, <http://www.businessdictionary.com/definition/recruitment.html>;
- [3] Boyatzis, Richard, Goleman, Daniel, McKee, Annie (2013), Primal Leadership: Unleashing the Power of Emotional Intelligence. Boston, MA: Harvard Business Review Press.;
- [4] Brereton, Caroline (2017), 5 ways leaders can engage their team during complex change. Online article. The globe and mail;
- [5] Brown, Brené (2014), The power of Authenticity. Link: <http://justlav.com/2014/09/12/the-power-ofauthenticity/>;
- [6] Brown, Brené (2010), The power of vulnerability. TedxHouston. Link: http://www.ted.com/talks/brene_brown_on_vulnerability?language=en; Brené, Brown (2013), The Power of Vulnerability: Teachings of Authenticity, Connections and Courage. A.W. Bruna;
- [7] Brewer, Marilynn B. (1991), The Social Self: On Being the Same and Different at the Same Time. Personality and Social Psychology Bulletin, vol. 17, no. 5;
- [8] Caritas Europe (2016), Welcome – Migrants make Europe stronger. Caritas practices for an inclusive Europe. Brussels;
- [9] Catalyst (2017), Take 5 leadership / Take 4 inclusive leadership. Training manual. <http://www.catalyst.org/>;
- [10] Catalyst (2017), Take 5 leadership / Take 4 inclusive leadership. Training manual. <http://www.catalyst.org/>;
- [11] Chaleff, Ira (2009), The Courageous Follower: Standing Up To & For Our Leaders. Berrett-Koehler Publishers;
- [12] Council of Europe: European citizenship in Youth Work (2017), revised draft paper. T-Kit;
- [13] Dessler, G. (2005), Human Resource Management: 10th edn, Prentice Hall Inc., New Jersey, USA;
- [14] Deloitte (2012), Inclusive Leadership Will a Hug do? Human Capital, Deloitte Australia Point of View;
- [15] European Commission (2016), PM2 Project management Methodology Guide -Open Edition Brussels / Luxembourg;
- [16] Gatewood, R.; Field, H.; Barrick, M. (2008), Human Resource Selection, 6th ed.; Cengage/South-Western: Mason, OH, USA;
- [17] Gatewood, Robert D., Feild, Hubert S., Barrick Murray R. (2008), *Human resource selection*: Thomson Learnin Inc, USA;

- [18] Hull, E., Jackson, K., Dick, J. (2011), *Requirements Engineering*, 3rd ed.; Springer: London, UK;
- [19] Mahapatro, B.Bhusan (2010), *Human resource management*: New Age International(P) Ltd. Publishers, New Delhi;
- [20] Pržulj, Ž., Vemić-Đurković, J.(2010), Determination of competitive advantage from the perspective of non-material resources of companies, *Montenegrin Journal of Economics*, N0 11, Vol. VI, ISSN 1800-5845, UDC 33 (51), Ekonomska laboratorija za istraživanje tranzicije, Nikšić, Crna Gora;
- [21] University of Missouri System, Search Committee Training, <https://collaborate.umsystem.edu/sites/hrpublic/documents/CAREER/CURRENT/TalAcq-SearchCommitteeTraining.pdf#page=22>;
- [22] Мицески, Трајче (2009), *Здравствена статистика и анализа на податоци*: Универзитет „Гоце Делчев“, Штип;
- [23] Мицески, Т. (2009), *Менаџмент на човечки ресурси*. УГД - Економски факултет.

ФИНАНСИСКАТА АНАЛИЗА И УПРАВУВАЊЕТО СО КРЕДИТНИОТ РИЗИК ВО БАНКИТЕ

Антица Донева¹, проф. д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска¹
¹Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
anticadoneva@hotmail.com
²Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
olivera.trajkovska@ugd.edu.mk

Апстракт

За да се избегне ризикот во работењето на банките, или барем да се доведе во прифатливи граници, потребно е ефикасно да се анализира и управува со него.

Ефикасната финансиска анализа на работењето на една компанија која се јавува како кредитобарател треба да укаже на клучните точки и процеси во кои настанува кредитниот ризик. На ризик може да бидат изложени сите делови од работењето на компаниите, и тоа на директна и индиректна изложеност, како одговорност на трети лица, изложеност од пазарот и друга изложеност. Управувањето со ризикот претставува дел од политиката на работа на банката, а во согласност со тоа може да се дефинира и како определена функција за осигурување - обезбедување од ризикот.

Сите фактори кои влијаат на појавата на ризикот се истражуваат во процесот на финансиската анализа, односно анализата на кредитната способност на компаниите. Целта на анализата е опишување и мерење на неизвесноста на конкретна кредитна активност. Финансиската анализа опфаќа испитување на работењето на компанијата во минатото и во сегашноста, како би се добиле што подобри предвидувања за идните работни активности.

Клучни зборови: *анализа, банки, ризик, кредит, компанија, пазар*

FINANCIAL ANALYSIS AND CREDIT RISKMANAGEMENTS IN BANKS

Antica Doneva¹, Prof. Olivera Gjogieva-Trajkovska¹
¹Faculty of Economics, University “Goce Delchev”, Stip
anticadoneva@hotmail.com
²Faculty of Economics, University “Goce Delchev”, Stip
olivera.trajkovska@ugd.edu.mk

Abstract

In order to avoid the risk in the operation of the banks, or at least to bring it within acceptable limits, it is necessary to effectively analyze and manage it.

Effective financial analysis of the operation of a company that appears as a borrower should indicate the key points and processes in which credit risk occurs. All parts of the companies' operations may be at risk, from direct and indirect exposure, such as third party liability, market exposure and other exposure. Risk management is part of the bank's employment policy, and accordingly can be defined as a certain function of insurance - risk insurance.

All the factors that affect the occurrence of risk are investigated in the process of financial analysis, ie the analysis of the creditworthiness of companies. The purpose of the analysis is to describe and measure the uncertainty of a particular credit activity. The financial analysis includes examining the company's operations in the past and present, in order to get better predictions for future work activities.

Keywords: *analysis, banks, risk, credit, company, market*

1. Вовед

Во изминатиот период банкарскиот сектор минуваше низ многу тешки етапи, што придонесе поддршката за компаниите да биде многу ограничена и строга, и сето тоа поради ризиците кои се јавуваа на пазарот. Како одговор на тоа, банкарскиот сектор работи на континуирано усовршување на системот, за да може да управува со кредитниот ризик и да го контролира.

Ефикасната финансиска анализа на работењето на една компанија која се јавува како кредитобарател треба да укаже на клучните точки и процеси во кои настанува кредитниот ризик. На ризик може да бидат изложени сите делови од работењето на компаниите, и тоа на директна и индиректна изложеност, како одговорност на трети лица, изложеност од пазарот и друга изложеност. Управувањето со ризикот претставува дел од политиката на работа на банката, а во согласност со тоа може да се дефинира и како определена функција за осигурување - обезбедување од ризикот. Управувањето со ризикот претставува проект на менаџментот, кој се извршува континуирано, преку следење и проценка на истиот. Како дисциплина, управувањето со ризикот е од понов датум и произлегува од различноста на обезбедувањето, бидејќи традиционалните процеси на обезбедување не биле во можност ефикасно и ефективно да го решат проблемот со настанување на ризикот во различни ситуации што се јавувале во работењето.

Главна цел на управувањето со кредитниот ризик е оптимизација на односот помеѓу ризикот и приходите. Во зависност од управувањето со пазарниот и кредитниот ризик зависи и солвентноста на компаниите. Управувањето со ризикот има две основни цели - да се избегне несолвентноста и да се максимизира стапката на приход на капиталот, со одредени корекции на ризикот.

Сите фактори кои влијаат на појавата на ризикот се истражуваат во процесот на финансиската анализа, односно анализата на кредитната способност на компаниите. Целта на анализата е опишување и мерење на неизвесноста на конкретна кредитна активност. Финансиската анализа опфаќа испитување на работењето на компанијата во минатото и во сегашноста, како би се добиле што подобри предвидувања за идните работни активности.

2. Финансиска анализа - поим и методи

Финансиската анализа е дел од финансискиот менаџмент и од сметководството, која се занимава со анализа на финансиската состојба на компаниите и можностите за промени во саканиот правец. Голем дел од анализата се состои од пресметки на одредени финансиски показатели, со користење на податоците (ставките) од Билансот на состојба и Билансот на успех на компанијата.

Како основни извори на податоци за финансиска анализа се јавуваат финансиските извештаи кои, всушност, претставуваат една „слика“ за работењето на компанијата, во одреден временски период. Само со нивна детална анализа може да се добие вистинска претстава за местото и улогата на конкретната компанија во однос на поширокото опкружување.

Моќта и потенцијалот на една квалитетно извршена финансиска анализа е откривање на тоа што се случило во работењето на компанијата, каде, како и зошто се случило, што дополнително создава зголемена способност за предвидување на идните процеси, можности за избегнување на ризиците со кои може да се соочат компаниите, и насоката за нивен правилен развој.

Финансиската анализа претставува помошна „алатка“ на финансискиот менаџмент, која опфаќа евалуација на финансиската состојба и оперативните перформанси на компанијата, индустријата, дури и целокупната економија, како и предвидување на идната состојба и перформанси¹.

¹ Frank J. Fabozzi, Pamela P. Peterson, “Financial management & Analysis”, John Wiley and Sons, 2003, pp. 5.

Анализата на финансиските извештаи се изведува на примена на неколку различни методи. Такви методи се: Хоризонтална анализа, Вертикална анализа, Анализа на трендот, Финансиската анализа и Дипонт анализата.

Хоризонталната анализа на финансиските извештаи се среќава и под поимот компаративна анализа. Таа се врши со споредување на последователните Биланси на состојба, Биланси на успех и Извештаи за парични текови за две или повеќе години, со цел за согледување на промените во индивидуалните категории кои настанале во тек на анализираниот период. Најважниот елемент кој се открива преку оваа компаративна финансиска анализа е трендот на движење на одделните ставки од финансиските извештаи.

Анализата на трендот претставува една варијанта на хоризонталната анализа, со која процентните промени на ставките се пресметуваат за повеќе суцесивни години, наместо само за последните две години. Оваа анализа, поради нејзиниот долгорочен аспект, е значајна затоа што може да ги открие основните промени во природата на бизнисот. Трендот го покажува правецот во кој се развиваат одделните категории и ставки од финансиските извештаи².

Вертикална анализа на финансиските извештаи ја открива врската, т.е. односот што постои помеѓу секоја поединечна ставка од финансиските извештаи и одредена специфична ставка која се избира за основа и се означува со 100 %. Секоја ставка од финансиските извештаи се изразува како процент од таа базна големина. Кога се анализира Билансот на успех, најчесто нето добивката се зема за база.

Финансиска рацио анализа претставува основно средство во анализата на финансиските извештаи. Таа претставува техника на евалуација на финансиските перформанси на компанијата која ги идентификува значајните врски помеѓу компонентите на финансиските извештаи.

Дипон (Du Pont) анализа. Со помош на овој метод се врши расчленување на стапките на остварениот приход на нивните составни компоненти, заради утврдување на подрачјата одговорни за остварените перформанси на компанијата. Со ваквата анализа се откриваат причините за слабите или добрите резултати на компанијата, кои понатаму постануваат основа за преземање на корективни мерки за подобрување на работењето во иднина³.

3. Поим и дефинирање на ризиците во банкарското работење

Постојат различни дефиниции за ризикот, во зависност од контекстот во кој истиот се разгледува. Генерална дефиниција, важечка, независно од контекстот во кој се употребува, е дека ризикот претставува опасност од загуба. Во финансиската теорија, која е најрелевантна за банкарското работење, ризикот се дефинира како девијација или отстапување на очекуваните резултати, кои настанале како резултат на варијации на финансиските променливи⁴.

Според регулативата на Народната банка на Република Македонија, ризиците на кои банките се изложени во своето работење, за потребите на пресметката на интерниот капитал, можат да се класифицираат во следните четири групи:

- **Ризици кои се опфатени со методологијата за утврдување на адекватност на капиталот:** кредитен ризик, пазарен ризик, валутен ризик и оперативен ризик;
- **Ризици коишто не се целосно опфатени со методологијата за утврдување на адекватноста на капиталот:** оперативен ризик на кој може да биде изложена банката како резултат на воведување на нови производи и процеси и сл.;
- **Ризици кои воопшто не се опфатени со методологијата за утврдување на**

² Walter T. Harrison, Charles T. Horngren, "Financial Accounting", Upper Saddle River, New Jersey, 2003, pp. 609.

³ Спасов, Саниша, Сашо Арсов, „Финансиски менаџмент“, Економски факултет, Скопје, 2004, стр. 65.

⁴ Кузмановска, С., 2014, „Анализа, мерење и управување на банкарските ризици“, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Прилеп, докторска дисертација.

адекватност на капиталот: ликвидносен ризик, ризик на каматните стапки од портфолиото на банкарски активности, ризик од концентрација на изложеност на банката, ризик на земја, стратемски ризик, репутациски ризик и други ризици;

- **Ризици од надворешното окружување** – произлегуваат од макроекономското, деловното или регулаторното окружување во кое работи банката.

3.1. Ризици на кои се изложени банките во своето работење

Субјектите учесници во пазарните економии во текот на своето работење се изложени на голем број ризици. Доколку спроведуваат идеална политика за управување со ризикот, опстојуваат на пазарот и бележат пораст, а оние кои се неуспешни и помалку умешни во спроведувањето на процесот на управување со ризикот, пропаѓаат. За разлика од небанкарските субјекти, банкарските институции и нивното работење се карактеризираат со одредени специфичности. Имено, банките своето работење го темелат врз туѓи парични средства прибрани од страна на граѓаните, фирмите и други субјекти, и нивното пропаѓање во пропаст, освен акционерите, ќе ги однесе и сите останати депоненти.

Банките во текот на своето работење неизбежно се сретнуваат со различни форми на ризици и неизбежно мораат перманентно да го намалуваат и одржуваат ризикот на прифатливо ниво, се со цел да ги заштитат акционерите, депонентите и воедно да создадат услови за стабилен и здрав финансиски систем. Секој неизвесен факт во финансиското работење кој директно или индиректно предизвикува промена и загуба на настанатото, односно влијае врз положбата и резултатот од работењето на финансискиот субјект, се дефинира како ризик. Во теоријата се среќаваат најразлични дефиниции и поделби на ризикот кои произлегуваат од принципот на поделбата.

Во теоријата, според една поделба, сите ризици можат да се поделат во две групи. Првата група или работни ризици која ги вклучува⁵:

- Законскиот ризик;
- Стратешкиот ризик;
- Кредитниот ризик;
- Оперативниот ризик;
- Кадровскиот ризик;
- Стоковниот ризик;
- Ризикот поврзан со финансиски операции.

Втората група или финансиски ризици вклучува:

- Дивиденден ризик;
- Капитален ризик;
- Каматен ризик;
- Ризик на ликвидност;
- Девизен ризик.

Кредитниот ризик е основен ризик во банкарското работење и претставува можност кредитите заедно со каматата да не бидат вратени од страна на должниците во договорените и доспеаните рокови, и условите утврдени во договорите за заем.

Каматниот ризик се дефинира како веројатност акционерите да претрпат материјална и финансиска загуба како последица од неповолното движење на каматната стапка, односно намалување на вкупните приходи од каматата како последица од намалувањето на распонот меѓу активните и пасивните камати.

Валутниот или девизниот ризик е еден од основните пазарни ризици кој претставува можност банката да претрпи материјални и финансиски загуби како последица од промената на девизните курсеви.

⁵ Ibidem, str. 20.

Оперативниот ризик претставува дел од секојдневното работење на една деловна банка и неадекватниот начин на кој банката ги врши своите банкарски операции го продуцираат овој вид ризик. Оперативниот ризик ја претставува веројатноста од настанување негативни флукуации во капиталот на банката и нејзиниот финансиски резултат проследено со загуби од материјален и финансиски карактер поради пропусти и грешки предизвикани од човечки фактор, неадекватни интерни процеси и системи, како и непредвидливи екстерни случувања и настани.

Ликвидниот ризик е еден од ризиците за регулирање на билансните ризици и претставува можност банката да се најде во ситуација во која не располага со доволно парични средства за исплаќање на обврските во времето во кои тие достасуваат. Доколку банката се најде во ситуација во која има проблем со ликвидноста, може да се каже дека таа се соочува со ризикот на ликвидност.

Законскиот ризик претставува ризик од промена на правниот систем на една земја со што ќе изврши експропријација на вредноста на делниците на одредена банка. Овој вид ризик речиси е невозможно да се предвиди, па затоа зачестеното и неблагоприятното менување на прописите и донесувањето нови влијае негативно врз развојот на работната политика на банката.

Пазарен ризик е ризикот од загуба како резултат на промената на цените на финансиските инструменти наменети за тргување. Пазарниот ризик е составен од две компоненти, во зависност од причините кои го предизвикуваат⁶:

- Општ ризик, кој зависи од насоката на движење на финансиските променливи - движењето на каматните стапки, девизните курсеви, цените на акциите, цените на стоките и друго;
- Специфичен ризик, кој не е условен од насоката на движење на финансиските променливи и зависи од волатилноста на пазарите, нелинеарната изложеност на банките и изложеноста на хеџинг позициите.

Стратешки ризик е ризик врз добивката или капиталот на банката, којшто произлегува од промените во деловното опкружување, негативните деловни одлуки, несоодветното спроведување на одлуките или недоволната респонзивност на банката на промените во деловното опкружување.

4. Финансиските извештаи како предмет на анализа

Информациите содржани во финансиските извештаи не само што ги покажуваат деловните ефекти на едно претпријатие, туку тие во голема мера го детерминираат работењето на истото претпријатие во иднина, бидејќи врз основа на тие податоци содржани во финансиските извештаи менаџерите ги подготвуваат деловните планови за наредната година, инвеститорите вложуваат средства, акционерите се информираат за дивидендата која ќе им следува доколку претпријатието не одлучи да ја пренамени за друга цел, државата добива информации за плаќањето на данок од страна на претпријатието, итн. Од овие причини, информациите содржани во финансиските извештаи на претпријатието треба да ги исполнуваат следниве 4 квалитативни карактеристики, утврдени од страна на FASB и тоа⁷:

- **Разбирливост** – претставува основен квалитет на информациите во финансиските извештаи. Оваа карактеристика укажува на тоа дека информацијата треба да биде веднаш разбрана, без некои поголеми тешкотии, меѓутоа потребно е корисниците

⁶ Harrington, S., Niehaus, G., Risk Management and Insurance, McGraw-Hill/Irwin, New York, 2003.

⁷ Одбор за стандарди за финансиско сметководство (FASB-Financial Accounting Standard Boards), како тело што е основано од страна на Советот на AICIPA (American Institute of Certified Public Accounting).

- да имаат некои основни познавања од областа на сметководството и економијата;
- **Релевантност** – претставува таква карактеристика која е поврзана со влијанието на информациите во финансиските извештаи врз донесувањето на одлуки од страна на корисниците. Значи, информациите се релевантни доколку им помогнат на корисниците во донесувањето на одлуките и им даваат можност да ги проценат минатите, сегашните и идните случувања;
- **Веродостојност** – значи дека информациите треба да бидат корисни, односно да може корисникот на нив да се потпре со сигурност, да верува дека истите се ослободени од какви било грешки и сомневања. За информациите да бидат веродостојни мора верно да ги претставуваат трансакциите и другите настани чие значење го претставуваат;
- **Споредливост** – корисниците на сметководствените информации треба да добијат споредливи информации, како временски, така и со сличните информации на останатите претпријатија или целата индустрија.

Презентирањето на финансиските извештаи е регулирано со повеќе закони и норми, меѓутоа, најзначајна регулација е направена со донесувањето на Меѓународните сметководствени стандарди, поточно со презентирање на финансиските извештаи⁸. Врз основа на овие сметководствени стандарди, комплетниот сет на финансиски извештаи се состои од:

- **Билансот на состојба (The Balance Sheet)** ја рефлектира солвентноста на претпријатието и истиот претставува табеларен преглед на состојбата на средствата со кои располага претпријатието, од една страна, и капиталот и обврските, од друга страна. Според тоа, тој е сочинет од два дела и тоа дел во кој се опфатени средствата на претпријатието (постојани, тековни и долгорочни вложувања) и истиот се нарекува актива, и дел во кој се опфатени изворите на средствата (капитал и обврски) и истиот се нарекува пасива. Билансот на состојба секогаш треба да биде во рамнотежа, која се искажува преку правилото за билансна рамнотежа:

$$\text{средства} = \text{обврски} + \text{капитал}$$

- **Билансот на успех (Income Statement)** претставува извештај кој ја покажува профитабилноста на претпријатието и истиот ги опфаќа расходите и приходите на периодот, распоредени според одредени правила. Според д-р Слободан Марковски⁹, Билансот на успех се одликува со тоа што го покажува финансискиот резултат на претпријатието за одреден временски период, ги покажува трошоците и ефектите, односно резултатот од нив во изминатиот период и поради тоа Билансот на успех не упатува на минатото. Како и Билансот на состојба, така и Билансот на успех треба секогаш да биде во рамнотежа, која се изразува преку следниве две равенки:

$$\begin{aligned} \text{расходи} &= \text{приходи} + \text{загуба} \\ \text{приходи} &= \text{расходи} + \text{добивка} \end{aligned}$$

- **Извештајот за готовински текови (Statement of Cash Flow)** претставува извештај кој се изготвува со цел да се обезбедат информации за изворите на пари создадени во соодветниот временски период, целите за кои парите биле употребени, како и крајното салдо на пари и парични еквиваленти на датумот на известување. Извештајот за парични текови опфаќа три групи на активности:

⁸ Утврдени се од страна на Комитетот за меѓународни сметководствени стандарди (IASB) и како такви сметководствени стандарди се применуваат во Република Македонија од 1 јануари 1998 година.

⁹ Слободан Марковски, Блажо Недев, „Сметководство на менаџментот“ - второ издание, Економски факултет, Скопје, 2003.

- Парични текови од оперативни активности,
 - Парични текови од финансиски активности,
 - Парични текови од вложувачки активности.
- **Извештајот за промените на акционерскиот капитал (The Statement of Owners Equity)** претставува краток преглед во кој се содржани промените во сопственичкиот капитал на претпријатието, кои настанале во текот на пресметковниот период. Сопственичкиот капитал може да се определи како право на сопственикот над средствата во претпријатието;
 - **Сметководствените политики и забелешки** ги опфаќаат сите оние информации кои се барани со меѓународните сметководствени стандарди, меѓутоа не се презентирани на друго место во финансиските извештаи. Ова значи дека сите нецелосни ставки од Билансот на состојба, Билансот на успех и Извештајот за паричните текови треба да бидат дополнети со соодветна информација во забелешките.

Од аспект на менаџерите, анализата на финансиските извештаи е значајна за две намени и тоа¹⁰:

- како средство за предвидување на условите во иднина и
- како стартна основа за планирање на активностите кои ќе влијаат врз идниот тек на настаните.

5. **Бизнис планот како основа за идната пазарна позиција на претпријатието**

Целта на пазарните информации е да ги информираат корисниците на бизнис плановите во врска со положбата и промените на претпријатието на пазарот на набавка и пазарот на продажба. Станува збор за информации во врска со: асортиманот на производи, карактеристиките на одредена гранка, главните произведени производи, карактеристики на елементите на маркетинг миксот и нивна споредба со конкурентските претпријатија, учество на главните конкуренти на пазарот, вкупен број на купувачи, главни купувачи и учество на најголемите три купувачи, главни добавувачи, ограничувања во снабдувањето и слично.

Во рамките на бизнис планот претпријатието мора јасно да ја дефинира својата развојна политика и целта на одредување на неговата идна пазарна позиција. Според тоа, развојната политика на претпријатието треба¹¹:

- да ги одрази ставовите на претпријатието спрема антиципираните промени во окружувањето;
- да се базира на доволно долг временски и просторно широк хоризонт во кој ќе се иницираат и реализираат развојните проекти;
- да обезбеди конзистентност во одлучувањето за развојот на претпријатието;
- да ги усогласи целите, инструментите и можностите на претпријатието;
- да обезбеди единство на растот и развојот на претпријатието како деловен систем;
- да придаде особена важност на основните вредности и развојни цели на општеството во кое претпријатието дејствува;
- да овозможи сите податоци во врска со неа да бидат разбирливи за сите органи и поединци кои ќе ја спроведуваат.

Како таква, развојната политика е во кореспонденција со развојните цели и значајна премиса за формулирање стратегија за нивна реализација.

¹⁰ „Финансиски менаџмент во здравствени институции“ (авторизирани белешки), проф. д-р Ристо Фотов, Штип, 2009 год.

¹¹ Todorovic, J., Duricin, D., Janosevic S., “Strategijski menadzment”, 3. Izdanje, Institut za trzisna istrazivanja, str. 355.

Во случај кога претпријатието нема деловна историја, односно кај почетните (start up) претпријатија, неговата идна пазарна позиција ќе се спореди со постојната пазарна позиција на претпријатие кое има иста или слична дејност¹².

Сите бизниси, па дури и оние помалите, мора да имаат план, односно да бидат плански управувани. Бизнис планот е едно од ултимативните правила на работењето. Експертите сметаат дека истиот е почеток на остварување на деловен успех и начин како да се реализираат целите според најдобро дефинирани стратегии. Со дефинирање на бизнис планот со неколку основни цели и следење на резултатите, сопственикот на бизнисот ќе може без проблем да го следи работењето и напредокот на својата фирма, а истовремено и да пристапи кон редефинирање на работата доколку нешто тргне наопаку.

Бизнис планот е „рбетот“ на новиот претприемачки потфат. Тој е единствениот документ кој го води претприемачот низ три критични ситуации¹³:

- Го поедноставува процесот на донесување одлуки во кризни времиња;
- Претставува мапа која го покажува патот во случаите на неодлучност;
- Претставува средство за мотивација во периодите на деморализација и неуспех.

6. ЗАКЛУЧОК

Банките во последните триесетина години се соочија со голем број предизвици: дерегулација, зголемена конкуренција, имплементација на нова технологија, воведување на нови, иновативни финансиски инструменти и сл., кои водеа кон зголемување на ризиците кои банките ги преземаат секојдневно. Токму затоа, познавањето на ризиците кои ги преземаат, потоа нивното правилно идентификување, мерење, управување и контрола се неопходни за успешен и стабилен банкарски сектор.

Притоа, со мерењето на ризиците, банките ги идентификуваат очекуваните загуби на кои се изложени во своето работење и преземаат мерки за заштита од нивната реализација. Со материјализација на потенцијалните ризици, банките можат да реализираат и неочекувани загуби. Заштита од овие неочекувани загуби е токму капиталот на банките.

Користена литература:

- [1] Pamela P. Peterson, “Financial management & Analysis”, John Wiley and Sons, 2003;
- [2] Walter T. Harrison, Charles T. Horngren, ”Financial Accounting”, Upper Saddle River, New Jersey, 2003;
- [3] Harrington, S., Niehaus, G., Risk Management and Insurance, McGraw-Hill/Irwin, New York, 2003;
- [4] Todorovic, J., Duricin, D., Janosevic, S., “Strategijski Menadzment”, 3. Izdanje, Institut za trzisna istrazivanja, Stavric, B., Stamatovic, M., “Menadzment”, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2004;
- [5] Drucker, P. F, “The coming of the new organization”, Harvard Nusiness Review, 1998;
- [6] Ѓоргиева-Трајковска, О. и Колева, Б. (2017), „Анализа на финансиски извештаи“; Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип;
- [7] Спасов, Синиша, Сашо Арсов, „Финансиски менаџмент“, Економски факултет, Скопје, 2004;
- [8] Кузмановска, С., 2014, „Анализа, мерење и управување на банкарските ризици“, Универзитет Св. Климент Охридски - Прилеп, докторска дисертација;
- [9] Слободан Марковски, Блажо Недев, „Сметководство на менаџментот“ - второ издание, Економски факултет, Скопје, 2003;
- [10] „Финансиски менаџмент во здравствени институции“ (авторизирани белешки), проф. д-р Ристо Фотов, Штип, 2009 год.

¹² Stavric, B., Stamatovic, M., “Menadzment”, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2004.

¹³ Drucker, P. F, “The coming of the new organization”, Harvard Nusiness Review, 1998 Vol. 66, No.1

РАЗВОЈ И ПРИМЕНА НА СМЕТКОВОДСТВЕНИОТ СИСТЕМ ВО ДЕЛОВНИТЕ СУБЈЕКТИ ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

проф. д-р Благица Колева¹, проф. д-р Оливера Ѓоргиева-Трајковска²,
проф. д-р Весна Георгиева Свртин³

¹Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
blagica.jovanova@ugd.edu.mk

²Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
olivera.trajkovska@ugd.edu.mk

³Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
vesna.svrtinov@ugd.edu.mk

Апстракт

Денес е навистина многу тешко да се замисли успешно организирање на процесот на сметководственото евидентирање и работење без соодветна примена на некое технолошко ниво на информациска и телекомуникациска технологија. Напредокот на технологијата го замени оперативниот дел од работата на сметководствениот персонал преку автоматизација на деловните и сметководствените процеси, каде однапред ќе се дефинираат и автоматизираат внесот и обработката на сметководствените информации и податоци со помош на електронизирани, интегрирани сметководствени системи, шеми и налози.

Сè поголем дел од податоците потребни на лицата припадници на сметководствената професија достапни се само во електронска форма. Тоа, само по себе, зборува дека сметководствените системи им нудат огромни можности на професионалците да постигнат поголема ефикасност во извршувањето на својата дејност, како основна алатка за зголемување на ефикасноста и ефективноста во доставувањето на производите и услугите на крајните корисници, како и навремено информирање за сите случувања. Сметководителите секако треба да имаат предвид дека информациските технологии – ИТ, значајно влијаат на зголемување на специфичностите на сметководствените системи и опкружувањето. Компаниите кои ги користат сметководствените системи кои веќе се трансформирани во согласност со достигнувањата во дигитализацијата, значајно ја зголемија својата продуктивност и ефикасност. Со самата примена на сметководствените системи и преоѓањето од мануелно извршување на обврските, значајно доаѓа до заштеда на време и трошоци кои се неопходни за извршување на работните обврски во компаниите.

Клучни зборови: *анализа, сметководствен систем, информации, компанија, технологија, софтвер*

DEVELOPMENT AND APPLICATION OF THE ACCOUNTING SYSTEM IN THE BUSSINES ENTITIES IN THE REPUBLIC OF NORTH MACEDONIA

Associate Prof. Blagica Koleva¹, Associate Prof. Olivera Gjogieva-Trajkovska², Associate Prof. Vesna Georgieva Svrtinov³

¹Faculty of Economics, University “Goce Delchev”, Stip
blagica.koleva@ugd.edu.mk

²Faculty of Economics, University “Goce Delchev”, Stip
olivera.trajkovska@ugd.edu.mk

³Faculty of Economics, University “Goce Delchev”, Stip
vesna.svrtinov@ugd.edu.mk

Abstract

Today is really hard to imagine a successful organization of the process of accounting recording and operating without proper application of some technological level of information and telecommunication technology. Advances in technology have replaced the operational part of accounting staff's work by automation of business and accounting processes, where the input and processing of accounting information and date will be defined and automated in advance with the help of electronic, integrated accounting systems, schemes and orders.

More and more of the date needed by members of the accounting profession are available only in electronic form. This in itself suggests that accounting systems provide professional opportunities for professionals to achieve greater efficiency in performing their business, as a basic tool for increasing efficiency and effectiveness in delivering products services to end users, as well as timely information an all developments. Accountants should certainly keep in mind that information technology – IT significantly increases the specifics of accounting system and the environment. Companies that use accounting systems that have already been transformed in line with the advances in digitalization have significantly increased their productivity and efficiency. With the very application for the accounting systems and the transition from manual execution of obligations, there is a significant saving of time and costs necessary for the performance of work obligations in company.

Keywords: *analysis, accounting system, information, company, technology, software*

1. Вовед

Живееме во времето на сè побрзи, драматични, комплексни и непредвидливи промени, кои сè позначајно влијаат на однесувањето, работењето и управувањето во организациите. Ваквите промени често нè тераат да го поставиме прашањето: На кој начин да се формира новата компанија, компанија на иднината? Новите компании мора во целост да го прифатат и имплементираат концептот на визионерство, реинжинеринг, корпоративна култура и корпоративни вредности, креативност, тимска работа, системско размислување, развивање на човечките ресурси во и надвор од организацијата, развивајќи го концептот на организација која учи. Повеќе од неопходно е развивање и примена на сметководствениот систем, во современите услови на работење на компаниите. Веќе станува реалност дека, во времето на развојот на сметководствениот систем, сè помал е бројот на сметководители кои се занимаваат со механички внесови и евидентирања на целиот сметководствен процес, а сè повеќе и повеќе се сметководители кои управуваат со бизнис процесите, учествуваат во дефинирање на овие процеси, самостојно изработуваат финансиски извештаи и вршат анализи на информациите од овие извештаи.

Сè почесто се поставуваат следниве прашања: Дали менаџментот во компаниите и сметководителите се доволно обучени за користење на сметководствениот систем, дали ги имаат потребните знаења и дали се подготвени да одговараат на барањата на интегрираните сметководствени системи, подготовката на дигиталните документи и честите барања на интеграција. Работењето без хартија со сигурност станува наша реалност, само прашање е дали и до кој степен сме подготвени за ваков чекор. Сметководствениот систем постана предуслов и предизвик за секој успех како и за брз развој на секоја развојно ориентирана компанија, вклучувајќи ги и сметководствените субјекти. Брзиот техничко-технолошки развој придонесува за динамични и чести промени во организацијата на сметководствениот систем, па отука и улогата, местото и важноста на корисниците на сметководствениот систем станува сè поголемо и позначајно.

Во развиените пазарни економии со сметководствена традиција особено внимание му се посветува на континуираното унапредување на сметководствениот систем, главно во доменот на квалитетот на финансиското известување и развојот на современи концепти, системи за опфаќање и техники на управување со трошоците, како и унапредување на перформансите на деловните субјекти.

2. Процес и развој на сметководствениот систем

Информациската технологија, информациските системи и нивната примена во рамките на деловните системи последните децении доживуваат силен развој. Компјутерите од уреди за масовна обработка на податоци се трансформираат во уреди за информации. Тоа е клучниот момент кој ја менува самата суштина на информациските системи, а посебно местото и улогата на информациските системи во деловните системи. Во економската сфера сè позначајно станува располагањето со информации, поседувањето и користењето на информациската технологија. Динамиката на развој на информациските системи претставува движечка сила во стопанскиот и општествениот напредок, но тешко е да се каже дали пресудно влијаела на општествените односи или обратно. Во секој случај, може да се каже дека има силни интерактивни односи.

Сложените релации помеѓу економската и информатичката сфера можат да се согледаат од два аспекта. Првиот аспект е значењето и обликот на влијание на информациската технологија врз извршувањето на економските активности. Изградбата на квалитетни информациски системи во претпријатијата е еден од најзначајните предуслови за вклучување во меѓународниот пазар и глобалните процеси. Она што се наметнува како размислување (прашање) во секое претпријатие не е дали да се користи информатичката технологија (Интернет), туку како да се користи и развие истата, доколку сакаат претпријатијата да останат конкурентни. Економијата е упатена на користење на информациската технологија, преку секојдневно користење на голем број податоци и врз основа на нив донесување на соодветна деловна одлука. Динамичниот развој секојдневно произведува мноштво на информации кои треба да бидат прибрани, обработени и зачувани. Од друга страна, за да би функционирал економскиот систем мора да користи одредени податоци и информации за донесување рационални одлуки. Сите овие барања, усогласувањето и оптимизацијата на влезните и излезните текови на податоци можат да се остварат на најдобар начин со помош на добро планиран и реализиран сметководствен систем.

Покрај квантитативните предности кои ги нуди информациската технологија преку ефикасна и брза обработка на податоци, таа од темел го менува и квалитетот на работењето, преку менување на старите и воведување нови методи на деловно управување и одлучување. Сметководствениот систем претставува употреба на сметководствените податоци во рамките на целокупниот информациски систем во претпријатието, како и значењето на обработката на податоците, користењето и управувањето со информациите како ресурс на претпријатието. Информациски систем е секоја напишана, електронска или графичка метода на комуникациски информации чија основа е делење и обработката на информации и идеи. Информациската е сè поскапоцено и поважно добро кое е неопходно за организацијата ефикасно да функционира или, воопшто за нејзино егзистирање. Затоа, важно е сметководството да се разбере како информациски систем за да можат да се задоволат потребите на организациите за добивање информации кои се важни за функционирање на истите. Она што го издвојува сметководствениот систем е постојаната промена во технологијата, примената на технологијата од страна на менаџментот и сметководителите во компанијата и влијанието врз успехот на деловните субјекти. Старите системи се уништуваат, а целосно нови ги заземаат нивните места.

Дигиталните деловни субјекти се свесни и одговараат на нивното окружување многу побрзо отколку традиционалните, овозможувајќи им поголема флексибилност за да опстанат во турбулентните времиња. Сметководствените системи се од суштинско значење за секојдневно водење на работењето во компаниите и за постигнување на бизнис цели.

3. Примена на сметководствен систем

Сè поголем дел од податоците потребни на лицата припадници на сметководствената професија достапни се само во електронски облик. Тоа само по себе зборува дека сметководствениот систем им нуди огромни можности на професионалците да постигнат поголема ефикасност во извршувањето на својата дејност, како основна алатка за

зголемување на ефикасноста и ефективноста во доставувањето на производите и услугите на крајните корисници, како и навремено информирање за сите случувања. Сметководствените системи ги собираат и обработуваат податоците за трансакциите и ги доставуваат финансиските информации до заинтересираните страни. Постојат многу видови на сметководствени системи, и како резултат на тоа тие се разликуваат во голема мера. Изборот на сметководствен софтвер не мора да биде комплициран. Еве три прашања на кои треба посебно да се обрне внимание, кога се избира софтвер во една компанија:

- Колку компаниите се подготвени да платат?
- Зошто е потребен сметководствениот софтвер?
- Кои функции треба да ги поседува сметководствениот софтвер за да одговара на потребите на компанијата?

Цените на сметководствените софтверски пакети се разликуваат во зависност од карактеристиките кои ќе ги одбере компанијата. Пакетите се креирани врз основа на долгогодишно искуство и соодветствуваат на потребите на различните бизниси во компанијата.

За да се одбере најдобриот сметководствен софтвер во компанијата, првиот чекор е да се познават основните причини зошто е потребен ваков софтвер. Користењето на сметководствениот софтвер од самиот почеток го олеснува водењето на бизнис. Многу е удобно да се започне со користење на софтвер за сметководство од првиот ден, наместо претпријатието да започне со работа на Excel табели или рачно водени сметководствени книги. Ако бизнисот брзо расте, мануелниот сметководствен систем станува неефикасен и комплициран. Користењето и примената на сметководствен софтверот за книговодство може да му заштеди многу време и пари со автоматизирање на процесите. Исто така, сметководствените системи се лесно надградливи и го следат развојот и растот на компанија. Голем број фактори влијаат на овие системи, како што се: видот на бизнисот, големината на бизнисот, обемот на податоците, видот на потребите за управување со податоци, и други фактори. Овозможуваат брз пристап до информациите во секое време, пристап до финансиските податоци и до податоците за клиентите на компанијата. Денес сметководствените системи главно се базираат на интегрираните информациски апликации кои се поставени на доволно сигурни платформи.

Овие системи се креирани за да им служат на интересите на компаниите, истите се насочени кон разрешување на одредени прашања и дилеми за правилно донесување одлуки во функција на корпоративното управување кај правните ентитети.

4. Методологија и цели на истражувањето за примена на сметководствените системи во компаниите во Р. Македонија

Со цел да се истражи колку од деловните субјекти ги применуваат сметководствените системи во своето работење, спроведено е истражување со примена на анонимен структуриран прашалник од затворен тип. Овој вид на анонимен прашалник ќе овозможи давање релевантни одговори без последици по анкетираниот субјект. За таа цел е извршено истражување во Југоисточниот регион, односно во градовите Струмица, Гевгелија и Дојран. Извршено е истражување по пат на анкетен прашалник кај 40 компании од различни индустриски гранки.

Подолу следи табеларен и графички приказ на добиените и обработени податоци од сите прашања што се предмет на ова истражување, како и поединечно толкување на истите.

Првото прашање гласаше: Дали вашиот менаџмент е обучен за користење на сметководствените системи?

Добиените резултати од анкетираниите испитаници се прикажани табеларно и графички (Табела 1 и Гафикон 1).

Табела 1: Табеларен приказ на одговорите по првото прашање:
Дали вашиот менаџмент е обучен за користење на сметководствените системи?

Одговори	Број	%
Да	10	25
Не	6	15
Недоволно	24	60
И развиваме и купуваме	-	0
Вкупно	40	100 %

Овие податоци прикажани графички би изгледале вака:

Графикон 1: Графички приказ на одговорите по првото прашање:



Од графиконот јасно може да се види дека најголем дел од компаниите имаат менаџмент кој е недоволно обучен за користење на сметководствените системи и примената на овие системи е стихийна, а не однапред планирана. Недоволно обучениот менаџмент нема капацитет да изврши предвидување на настаните кои допрва доаѓаат, туку откако ќе се настанат проблемите се бара начин истите да бидат решени. Само мал дел, односно 25% имаат обучен менаџмент, а тоа се оние компании кои веќе се етаблирани на странските пазари и ниеден настан не смее да биде препуштен на случајност. Секоја ситуација е однапред предвидена и се симулираат решенија кои ќе доведат до решение за можниот проблем.

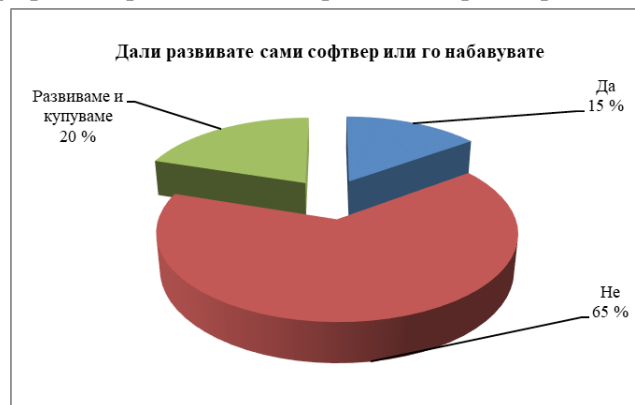
Второто прашање гласеше: Дали развивате сами софтвер или го набавувате?

Добиените резултати од анкетираниите испитаници се прикажани табеларно и графички (Табела 2 и Графикон 2).

Табела 2: Табеларен приказ на одговорите по второто прашање:
Дали развивате сами софтвер или го набавувате?

Одговори	Број	%
Да	6	15
Не	26	65
Развиваме и купуваме	8	20
Вкупно	40	100

Графикон 2: Графички приказ на одговорите на второто прашање



При селектирањето на одговорите од самото истражување во врска со тоа дали истражуваниите компании сами развиваат софтвер или купуваат, алармантно е тоа што дури 65 % од истите не користат посебни методологии за планирање и развој на информациски системи и немаат софтвер кој го поддржува нивното работење, што укажува на апатијата и незаинтересираноста на компаниите да вложат во информациската технологија и развивање на сметководствени системи кои би довеле до зголемување на конкурентската предност. Останатите 35 % се компании кои веќе се познати на странските пазари и оние кои се трудат со брзи чекори да остварат свое поголемо пазарно учество кое би им обезбедило остварување на поголем профит и можност за понатамошен развој и отворање нови работни места. Со своето успешно работење настојуваат да стана важен играч како во рамките на националната економија, така и во светската економија.

Табела 3: Табеларен приказ на одговорите на третото прашање:
Кој е одговорен во вашата организација за развој на ИС?

Одговори	Број	%
Врвниот менаџмент	6	15
Менаџментот на Секторот на ИС	12	30
Технички обучени лица за информатички системи и технологии	22	55
Вкупно	40	100

Графикон 3: Графички приказ на одговорите на третото прашање:



По однос на одговорноста за развој на информациските системи во истражуваните компании се доби информација дека само кај 15 % врвниот менаџмент учествува во развојот на информациските системи, а кај дури 55 % од нив тоа се технички обучени лица во рамките на самата компанија кои ги следат иновациите на полето на информациската технологија и ги применуваат тие новини прилагодени на самата компанија како би се создале сметководствени системи кои ќе овозможат остварување на конкурентска предност, но и алатка на врвниот менаџмент за донесување на вистински одлуки во вистинско време. Врвниот менаџмент учествува со 15 % во развојот на информациските системи и овој процент треба да се намалува од причини што врвниот менаџмент треба да донесува одлуки во компанијата врз основа на веќе претходно развиени информациски системи.

Табела 4: Табеларен приказ на одговорите на четвртото прашање:
Колкава е цената на софтверот кој го користите за сметководствени цели?

Одговори	Број	%
До 15.000 ден.	6	15
Од 15.000-30.000 ден.	12	30
Од 30.000-60.000 ден.	15	37
Над 60.000 ден.	5	13
Нема информации	2	5
Вкупно	40	100

Графикон 4: Графички приказ на одговорите на четвртото прашање:



Најголем дел од истражуваните компании, а пред сè тоа се сметководствени компании, односно околу 37 % издвојуваат солидна сума на средства до 60.000 денари за развој на сметководствените системи. Овие компании поради работата и услугата која ја вршат за нивните клиенти, можат да си дозволат да купуваат веќе постоечки софтвери кои се наоѓаат на пазарот, додека пак само 13 % користат софтвери над 60.000 денари, за остварување на одредени цели во компаниите.

Табела 5: Табеларен приказ на одговорите на петото прашање:
Дали го следите развојот на современите информациски технологии?

Одговори	Број	%
Да	34	85
Не	6	15
Вкупно	40	100

Графикон 5: Графички приказ на одговорите на петото прашање:



Од табеларниот и од графичкиот приказ се гледа дека на ова прашање 85 % од испитуваните организации/претпријатија го следат развојот на современите информациски технологии, а сметаат дека многу малку вложуваат во развојот на информациската технологија како алатка за стекнување на поголема конкурентност на пазарот, 15 % од нив одговориле негативно.

5. ЗАКЛУЧОК

Сметководствената професија е професија која е во интензивен развој. Со помош на сметководствените пакети се овозможува финансиско следење и евиденција на компаниите за нивните општи сметководствени потреби. Современите информациски технологии на сметководствените програми во интегрирани сметководствени системи се голем предизвик за сметководителите во иднина, што може да се постигне со вештини, знаење, интелектуални и етички вредности и ставови стекнати на бројни обуки и работилници. Тоа во основа значи дека сметководствените системи се неопходни за сметководителите и за професијата во целина.

Овие системи се креирани за да им служат на интересите на компаниите, како напреден систем на новата генерација сметководство, што обезбедува практичен увид во комплексните односи во областа на работењето и помага во подобра информираност при донесување на правилни одлуки.

Користена литература:

- [1] Anthony J. Kambino, *The Make-or-Buy-Decision*, New York: Institute of Management Accountants, 1980;
- [2] Atkinson, A. A., Bunker, R. D., Kaplan R.S. and Youngf, *Management Accounting*, Prentice Hall, Inc., New Jarsey, 1997;
- [3] Bagranoff, N., Simkin, M., & Carolyn, N., *Accounting Information Sistem*. New York: John Wiley & Sons, 2012, Beograd, 2001;
- [4] Boczko, T. *Corporate Accounting information System*, 2007;
- [5] Charles T. Horngren, Alnoor Bhimani, Srikant M. Datar, George Foster, *Management and Cost Accounting*, Prentice Hall, 2005;
- [6] Decoster, D. T., *Management Accounting: A Decision Emphasis*, New York: John Wiley and Sons Inc. 2011;
- [7] Hall, J., *Accounting Information Systems*. New York: Wiley&Sons, 2011;
- [8] Sinha, N. V., *Management Accounting – Tools and Techniques*. Mumbai: Himalaya Publishing House, 2004;
- [9] Stojanović, D. D.: *Računovodstvo i savremene računске tehnologije*, *Finansije*, broj 3-4;
- [10] Zoran Petrović, Goranka Knezević, Marko Milojević, *Računovodstveni informacioni sistemi*, Beograd, 2016.

ВЛИЈАНИЕТО НА КОВИД 19 ВРЗ ТРГОВИЈАТА СО УСЛУГИ

**проф. д-р Емилија Митева-Кацарски¹, д-р Костадинка Панова²,
проф. д-р Весна Георгиева Свртинов³**

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

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

³Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
vesna.svrtinov@ugd.edu.mk

Апстракт

Секторот услуги е многу погоден како резултат на глобалната пандемија КОВИД 19. Туризмот како и услугите за транспорт и дистрибуција претрпеа многу штети како резултат на ограничувањата на мобилноста и мерките за социјално дистанцирање наметнати заради зачувување на јавното здравје. Имајќи ја предвид важноста на услугите во обезбедувањето инпути за останатите економски активности, вклучувајќи го и синџирот на снабдување како и олеснувањето на трговијата со стоки, нарушувањето во обезбедувањето на услуги има големо економско и трговско влијание. Кризата доведе кон поголем фокус на снабдувањето преку Интернет во секторите како што се трговијата на мало, здравството, образованието, телекомуникациите и аудиовизуелните услуги. Оттука, добавувачите пристапија кон проширување на нивните мрежни операции, додека купувачите усвоија нови навики кои можат да придонесат кон долгорочно поместување кон онлајн услугите. Зголемената употреба на онлајн услугите за време на пандемијата КОВИД 19 ги потенцираше разликите во технологијата и поврзувањето, бидејќи онлајн часовите не се можни за ученици/студенти без компјутери, додека пак телекомуникациите не се опција за вработени без широкопојасен Интернет.

Свкупно, кризата дополнително ја потенцира важноста на услугите кои овозможуваат снабдување преку Интернет, како што се телекомуникациските и компјутерските услуги како и важната инфраструктурна улога на финансиските, транспортните, дистрибутивните и логистичките услуги во олеснувањето на трговијата со стоки и економскиот раст. Услужниот сектор како и создавањето погодни услови за трговијата со услуги ќе бидат клучни во заздравувањето од економското забавување.

Клучни зборови: *трговија со услуги, КОВИД 19, онлајн услуги, олеснување на трговијата*

THE IMPACT OF COVID 19 ON TRADE WITH SERVICES

**Associate professor Emilija Miteva Kacarski¹, PhD Kostadinka Panova²,
Associate professor Vesna Georgieva Svrtinov³**

¹Faculty of Economics, Goce Delcev University, Stip, Macedonia
emilija.miteva@ugd.edu.mk

²Goce Delcev University, Stip, Macedonia
kostadinka.cabuleva@ugd.edu.mk

³Faculty of Economics, Goce Delcev University, Stip, Macedonia
vesna.svrtinov@ugd.edu.mk

Abstract

Services sectors have been heavily affected by the COVID-19 pandemic. Tourism, transport and distribution services, for example, have suffered as a result of mobility restrictions and social distancing measures imposed for public health reasons. Given the role of services in providing inputs for other economic activities, including connecting supply chains and facilitating trade in goods, disruptions in services supply are having a broad economic and trade impact. The crisis is leading to a greater focus on online supply in sectors such as retail, health, education,

telecommunications and audiovisual services. Suppliers are accelerating efforts to expand their online operations and consumers are adopting new habits that may contribute to a long-term shift towards online services. The increased use of online services during the COVID-19 pandemic has accentuated technology and connectivity disparities, as online classes are not feasible for students without computers, and telework is not an option for employees without broadband.

Overall, the crisis is further underscoring the importance of services that enable online supply, such as telecommunications and computer services, as well as the broader infrastructural role of financial, transport, distribution and logistics services in facilitating merchandise trade and economic growth. Services sectors, and the creation of conditions conducive to trade in services, will be key to the recovery from the economic slowdown.

Key words: *trade in services, COVID-19 pandemic, online services, facilitating trade*

Вовед

Секторот услуги е многу погоден како резултат на глобалната пандемија КОВИД 19. Имајќи ја предвид важноста на услугите во обезбедувањето инпути за останатите економски активности, вклучувајќи го и синцирот на снабдување како и олеснувањето на трговијата со стоки, нарушувањето во обезбедувањето на услуги има големо економско и трговско влијание. Во денешни услови, услугите генерираат повеќе од две третини од бруто домашниот производ, привлекуваат над две третини од странските директни инвестиции, обезбедуваат повеќе работни места на глобално ниво и учествуваат со над 40 % во светската трговија[1]¹.

Нарушувањата во побарувачката и понудата имаат силно влијание врз трговијата со услуги, иако видот и обемот на влијанието варира во зависност од секторот и начинот на снабдување. Услугите кои што се базираат на физичка близина меѓу добавувачите и потрошувачите се најмногу погодени поради ограничувањето на мобилноста и мерките за социјално дистанцирање, наметнати од здравствени причини. Додека директниот контакт понекогаш може да биде заменет со онлајн снабдување, тоа не е секогаш случај со сите сектори на услуги или пак земји. Услугите за малопродажба, туризмот како и патничкиот превоз се погодени во најголема мера. Мерките поврзани со подвижноста предизвикаа значителни нарушувања во воздушниот, поморскиот и копнениот транспорт, со сериозни реперкусии врз трговијата со стоки како и синцирите на снабдување.

Согласно класификацијата на услугите од страна на Општата спогодба за трговија со услуги, понудата на услугите во Категоријата 2 (Трошење на услугата во странство), што е претежно карактеристична за туризмот, е парализирана. Услугите во Категоријата 4 (Движење на индивидуи) поради ограничувањата за патување, се карактеризираат со строго ограничен режим. Глобалната пандемија, исто така, имаше негативно влијание врз понудата на услуги во Категоријата 3 (Комерцијално присуство), како врз веќе формираните претпријатија така и врз одлуката за формирање на нови претпријатија во странство. Падот на трговијата со стоки, како резултат на економското забавување придонесе за намалување на трговијата со сродни услуги, како што е, на пример, меѓународниот поморски транспорт.

Кризата доведе кон поголем фокус на снабдувањето преку Интернет во секторите како што се трговијата на мало, здравството, образованието, телекомуникациите и аудиовизуелните услуги. Оттука, добавувачите пристапија кон проширување на нивните мрежни операции, додека купувачите усвоија нови навики кои можат да придонесат кон долгорочно поместување кон онлајн услугите. Во иднина, зголемената понуда на услугите преку дигиталните мрежи може да се очекува да има значајно влијание врз трговијата, што би довело до зголемена понуда на услугите преку Категоријата 1 (Прекугранично обезбедување на услуги).

¹ Според ГАТС, услугите се категоризирани во 4 групи: 1 – Прекугранично обезбедување на услуги; 2 – Трошење на услугата во странство; 3 – Комерцијално присуство; и 4 – движење на индивидуи.

Постои веројатност, статистичките податоци за трговијата за 2020 година, да прикажат не само значителен пад во трговијата со услуги, туку исто така, на среден рок засилување и забрзување на трендовите кои доведоа до промена во структурата на трговијата со прекугранични услуги во текот на последната деценија. Во релативна смисла, трговијата со услуги се пренасочи од „традиционалните“ категории на услуги, како на пример, транспорт и услуги поврзани со транспортот на телекомуникациите, компјутерските и информатичките услуги, деловните услуги, финансиските услуги и аудиовизуелните услуги.

Додека мерките и политиките поврзани со ограничувањето на движењето со цел да се обезбеди социјално дистанцирање, имаа големо влијание врз секторот Услуги како и трговијата со услуги, владите исто така усвоија мерки кои се однесуваа на специфични категории на услуги како и начини на обезбедување на истите во услови на криза. Овие мерки вклучуваа: мерки за да се обезбеди поголем телекомуникациски капацитет да биде достапен на операторите, мерки за олеснување на пристапот на населението до Интернет и оттука онлајн образование и онлајн здравствени услуги како и мерки кои предвидуваа поклаги побарувања наметнати на банките со цел да се осигури дека тие се добро позиционирани за да можат да даваат кредити.

Севкупно, кризата дополнително ја потенцира важноста на услугите кои овозможуваат снабдување преку Интернет, како што се телекомуникациските и компјутерските услуги како и важната инфраструктурна улога на финансиските, транспортните, дистрибутивните и логистичките услуги во олеснувањето на трговијата со стоки и економскиот раст. Услужниот сектор како и создавањето погодни услови за трговијата со услуги ќе бидат клучни во заздравувањето од економското забавување.

Влијанието на КОВИД 19 врз трговијата со услуги во одредени сектори:

Туризам

Секторот туризам кој вклучува услуги поврзани со резервирање хотели, ресторани, туроператори и туристички агенции, веројатно е најтешко погоден од кризата досега, со оглед на тоа што ограничувањето на движењето и затворањето на границата го стопираа движењето на туристите во странство. Овој сектор претежно ги опфаќа услугите класифицирани во Категоријата 2 според ГАТС.

Во март 2020 година, Организацијата за економска соработка и развој (ОЕЦД) изјави дека прелиминарните проценки укажуваат на пад од 45 % на меѓународниот туризам во 2020 година. Ова може да се искачи на 70 % ако закрепнувањето не може да започне до септември [2]. Според анализите на Светската туристичка организација (UNWTO), од 27 март 2020 година, пристигнувањето на странските туристи може да се намали за 20 % до 30 % во 2020 година [3]. Со други зборови кажано, ова претставува загуба од 300 до 450 милијарди американски долари по основа на приходи од меѓународен туризам. Според извештаите на Светскиот совет за патување и туризам (WTTC) од 26 март 2020 година, бројот на работни места за организирање патувања и туризам кои се изложени на ризик, може да достигне до 100 милиони [4]. Во мај, Светската туристичка организација излезе со став дека сегашните сценарија укажуваат на потенцијален пад од 58 % до 78 % во поглед на пристигнувањето на странски туристи, во зависност од мерките за ограничување како и времетраењето на ограничувањата за движење, на тој начин директно загрозувајќи 100 до 120 милиони работни места во туризмот [5].

Евидентниот пад во овој сектор резултира со сериозни економски последици, имајќи го предвид неговиот севкупен економски придонес за многу земји и региони. Според Светскиот совет за патување и туризам (WTTC), во 2019 година, туризмот директно и индиректно придонел со 8.9 трилиони американски долари во глобалниот БДП (10.3 %) и 330 милиони работни места. За некои економии, особено помалите, туризмот не само што има најголемо учество во структурата на вкупниот извоз, туку, исто така, и значаен удел во БДП (пример, 67 % во Сејшели, 62 % во Свети Кристофер и Невис и 48 % во Вануату) [6].

На 1 април 2020 година, Светската туристичка организација објави низа препораки за помош на глобалниот туристички сектор со цел опоравување од КОВИД 19. Досега, преземените мерки од страна на владите се социјални, економски и финансиски, опфаќајќи шеми за поддршка на работата за вработените во секторот, даночни одложувања и различни други форми на финансиска поддршка за туристичките оператори.

Дистрибутивни услуги

Дистрибутивните услуги се многу погодени од пандемијата КОВИД 19, бидејќи мерките за социјално дистанцирање во неколку земји резултираа со затворање на продавници кои се сметаат за несуштински (со исклучок на продавници за намирници и аптеки). Ваквата состојба имаше значително влијание врз понудата на услуги од Категоријата 3 (Комерцијално присуство).

На пример, во јануари/февруари 2020 година (период кога епидемијата во Кина го достигна врвот), податоците објавени од страна на Националното биро за статистика покажуваат дека трговијата на мало во Кина опаднала за 20.5 % во однос на претходната година. И покрај тоа што продажбата на производи во продавници со физичко присуство значително се зголеми од средината на март како резултат на намалувањето на ограничувањата, потрошувачите останаа претпазливи и продажбата на производи и продажбата со физичко присуство не се опорави на нивото пред кризата. Слични трендови можат да се очекуваат и во другите национални економии со одредени варијации, во зависност од влијанието на пандемијата како и мерките за социјално дистанцирање. Така, на пример, во Обединетите нации вкупниот обем на малопродажба се намалил за 18 % во април, како резултат на фактот што многу продавници се затворија. Во други национални економии, значителен број на продавници за малопродажба се затворија или банкротираа [7]. Иако е прерано да се процени влијанието на кризата врз сите региони, проценките покажуваат дека во Африка во секторот Малопродажба/Трговија на големо, работните места би можеле да бидат најмногу погодени.

Онлајн продажба

Затворањето на многу продавници за малопродажба заради наметнатите мерки за социјално дистанцирање доведе до зголемена продажба преку Интернет од страна на велдрогериите и трговците на мало, особено на производитите за здравствена заштита и производитите од домаќинството.

Во Кина, на почетокот на 2020 година, онлајн продажбата на одредени производи кои вообичаено не се продаваа преку Интернет, како на пример, егзистенцијални производи за секојдневна употреба, се зголеми меѓу 50 % и 150 % во споредба со претходната година. Сепак, намалената потрошувачка на домаќинствата како резултат на економското забавување како и неизвесноста имаат негативно влијание врз потрошувачката на производи кои не се за егзистенцијална употреба. Онлајн продажбата на одредени производи (како на пример, алкохол) остана на слично ниво, додека продажбата на останатите неегзистенцијални производи се намали.

Во САД, онлајн продажбата на мало во текот на првиот квартал на 2020 година бележи пораст од 14.5 % во споредба со претходната година. Некои студии покажуваат значително зголемување на онлајн продажбата за околу 50 % во април во споредба со почетокот на март [8]. Во Саудиска Арабија, онлајн продажбата на локалниот сопственик BinDawood се зголемила во просек за 200 % на 10 дневна основа, додека во Индонезија во април, според извештајот на онлајн трговскиот центар Blibli, зголемена е продажбата на голем број производи за домаќинството, вклучително и намирници [9].

Глобалната пандемија КОВИД 19 најверојатно ќе го забрза тековниот тренд на онлајн продажба на стоки за широка потрошувачка, имајќи го предвид фактот дека потрошувачите формираат нови навики. Од друга страна, пак, трговците на мало при онлајн продажбата

се соочуваат со низа предизвици, вклучувајќи недостаток на залихи како и тешкотии во синцирот на снабдување што резултира со одложување на испораките и на тој начин нарушување на прекуграничната е-трговија. Сепак, влијанието на пандемијата врз овој сектор може да биде различно во различни национални економии, во зависност од креираните политики како и различните нивоа на развој на е-трговијата.

Телекомуникации и аудиовизуелни услуги

Бидејќи сè повеќе луѓе се вклучени во работа од дома и школување, како и потребата од Интернет за забава и социјални контакти, побарувачката за услуги преку информатичката и комуникациската технологија е невидена и неочекувана.

Во март 2020 година, Facebook објави дека во земјите погодени од пандемијата, Интернет пораките се зголемени за повеќе од 50 %, додека пак повиците со глас и видео се двојно зголемени. Во Италија беше забележано зголемување од 70 % на вкупната употреба на Facebook како и зголемување на времето поминато во групни повици за 1.000 %, но од друга страна, пак, беше забележано намалување на приходите за глобално рекламирање [10]. Шпанска телефоника регистрираше зголемување на мрежниот сообраќај за 40 % и 50 % респективно. Во Тајланд беше забележан раст од 828 % и 215 % на бројот на корисници на Zoom и Skype, респективно. Во Кина, Tencent регистрираше зголемена употреба на своите социјални мрежи, игри и деловни услуги во првиот квартал на 2020 година, но сепак предупреди за забавен раст на рекламирањето [11]. И групацијата Vodacom забележа раст на мрежниот сообраќај од 40 % за време на карантинот [12].

Некои од трговските импликации за Информатичкиот и Комуникацискиот сектор можат да бидат позитивни бидејќи нивното глобално користење драматично се зголеми и укажа на важноста за пристапот до технологија и поврзаност на сите. И во развиените и во земјите во развој, операторите ги отстранија ограничувањата и го зголемија капацитетот како одговор на кризата без дополнителни трошоци [13]. Сепак, значаен број на аукции за 5G мрежата беа одложени. Последиците на краток рок резултираат со ограничување на мобилноста, намалување на производство на мобилни телефони (40 милиони паметни телефони се испорачани помалку во споредба со февруари минатата година) [14] како и евентуално забавување на распоредувањето на 5G мрежата. Јужноафриканскиот оператор, групацијата MTN која обезбедува телекомуникациски услуги во Африка објави дека пристапи кон намалување на трошоците од своето работење како одговор на економското забавување предизвикано од кризата [15]. Доколку пазарот за информатички и комуникациски услуги не ги надмине овие предизвици, нема да постои можност да се надмине технолошкиот јаз и да се одржат приходите на прифатливо ниво.

Меѓутоа, доколку политиките за поддршка во овој сектор продолжат и понатаму да се имплементират, ќе може да се стимулира развојот на овој сектор како резултат на новите навики (на пример, повеќе телекомуникациско работење) и да се укаже на важноста на широкопојасниот Интернет за економскиот раст и развој. Тоа може да доведе до посилна решеност на владите да ја подобрат понудата на широкопојасен Интернет (на пример, фибер оптички и 5G мобилни мрежи) како и проекти за глобално поврзување (сателитски и подводни кабелски системи).

Мерките за социјално дистанцирање наметнати од страна на владите заради обезбедување заштита од вирусот, ја зголемија побарувачката за аудиовизуелни содржини, како за забава така и за информирање. На пример, според некои проценки побарувачката за аудио и видео содржини преку интернет во САД се зголеми за 85 % во првите три недели од март, споредено со истиот период во 2019 година. Бидејќи во многу земји, голем дел од аудиовизуелната содржина е странска, зголемената побарувачка за истата резултира со зголемена трговија во овој сектор. Сепак, мерките превземени како одговор на кризата резултираат со прекини во создавањето на нови филмови, серии и други содржини.

На долг рок, зголеменото купување преку Интернет и другите активности може да доведе до зголемена заработка. Со олеснување на мерките за ограничување,

телекомуникациските и информатичките компании повторно ги отвораат нивните салони за клиентите. Во меѓувреме, кризата создаде тешкотии за добавувачите да се базираат на приходите од рекламирање бидејќи се очекува глобалниот пазар за рекламирање значително да се намали во 2020 година како резултат на намалувањето на трошоците на компаниите поради пандемијата и последователното економско забавување [16].

Услуги за воздушен, копнен и поморски транспорт

Наметнатите ограничувања како одговор на кризата, во голема мера ја погодија трговијата со транспортни услуги, што негативно се одрази и врз меѓународната трговија со стоки. Приземјувањето на повеќето од патничките авиони кои вообичаено превезуваат повеќе од половина од сите пратки, создаде значителни тесни грла во воздушниот сообраќај. Од друга страна пак, повторното воведување на граничните контроли предизвика значителен метеж и одложувања на прекуграничниот товарен транспорт, што резултираше со сериозни нарушувања во трговијата со стоки и одржливоста на синцирите на снабдување, кои веќе беа сериозно ослабени поради затворањето како последица на пандемијата. Со постепено релаксирање на мерките, некои влади ги ревидираа нивните политики овозможувајќи постепено отворање на границите.

Здравствени услуги (телемедицина)

Телемедицината не е нов тренд, но сегашната криза има големо влијание врз можноста за реализирање на здравствените услуги преку Интернет. Токму, кризата КОВИД 19 доведе до пораст во користењето на телемедицинските услуги. На пример, во Кина значително се забрза растот на онлајн медицинските платформи, при што некои дури забележаа трицифрена стапка на раст во периодот декември 2019 и јануари 2020 година. Бројот на корисници на онлајн медицинските платформи во Азиските економии (на пример, Индонезија, Сингапур) значително се зголеми во последните неколку месеци. Некои даватели на услуги, исто така, ги прошируваат своите активности за да им овозможат на пациентите да имаат корист од услугите, на пр., второ мислење од странски лекари. Примената на телемедицината се зголеми и во Европа и Северна Америка, токму како последица на избувнувањето на пандемијата КОВИД 19. Поради тоа, доаѓа и до промена на законската регулатива со цел олеснување на овој вид на услуги, но пред сè на привремена основа [17].

Олеснувањето на пристапот до телемедицински услуги, дури и на привремена основа, би можело да помогне да се забави ширењето на КОВИД 19 во погодените економии, како и во размената на знаења и искуства при откривање на вирусот и следење на истиот. Сепак, телемедицината во меѓународни рамки останува предизвик, со оглед на разликите во законските регулативи меѓу земјите. На пример, за реализирање на овој вид услуга, потребно е да постои претходна поврзаност меѓу здравствениот работник и пациентот. Поради тоа, меѓународната соработка на владино ниво, претежно меѓу здравствениот, информатичкиот и телекомуникацискиот сектор е клучна во справувањето со предизвикот за зголемено прекугранично обезбедување на телемедицината.

Финансиски услуги

Тековната пандемија и нејзиното влијание врз глобалната економија ја нагласи важноста на финансиските услуги во функција на сите останати економски активности преку стабилизирање на пазарите и овозможување континуитет во кредитирањето и плаќањето.

Централните банки и финансиските регулатори ширум светот, интервенираа проактивно покажувајќи посветеност во користењето на сите можни мерки со цел стабилизирање на пазарите, кредитирање на домаќинствата и фирмите, обезбедување континуитет во плаќањата како и олеснување на можноста на финансиските институции (посебно банките) да ги апсорбираат загубите на уреден начин.

Ваквата интервенција вклучуваше и координирана акција на Централните банки, со цел

обезбедување на достапност на ликвидност во американски долари, како и низа монетарни и регулаторни мерки од страна на владите. Монетарните власти беа активни и креативни со различни монетарни инструменти, вклучувајќи го и намалувањето на основните каматни стапки како и намалувањето на задолжителната резерва.

Регулаторните власти во различни национални економии (на пример, Бразил, Хонг Конг (Кина), Индија, Република Кореја, Сингапур и Јужна Африка) ги олабавија критериумите за ликвидност со цел да им се овозможи на банките подобра позиционираност и континуитет во кредитирањето. Заради стабилизирање на пазарите на капитал, беа наметнати забрани за продажба на одредени категории на акции.

Компаниите кои нудат е-плаќање почнаа да реагираат рано, откако почнаа да се применуваат мерките поврзани со пандемијата. Во тој контекст, многу централни банки ги укинаа ограничувањата и барањата наметнати при е-плаќање. Ова особено дојде до израз во Африка, каде што мобилните плаќања се вообичаени.

Образовни услуги

Затворањето на училиштата и високообразовните институции како резултат на пандемијата, има значителни економски и социјални последици. Според проценките на УНЕСКО, затворањето на училиштата и универзитетите во пикот на пандемијата во 190 земји во светот, имаше влијание врз 90 % од учениците и студентите ширум светот [18]. Како резултат на затворањето на образовните институции, побарувачката за онлајн учење вртоглаво се зголеми.

Владите и приватните даватели на едукативни услуги се соочија со огромна потреба за развој и забрзано спроведување на технички решенија за обезбедување на онлајн образование, вклучувајќи и развој на онлајн материјали како и наставни вештини. Ненадејната потреба од учење на далечина наметна одредени старо - нови предизвици поврзани со акредитација на провајдерите за дигитално учење, обезбедување пристап до онлајн образование како и креирање на правила за собирање, управување и користење на податоците, посебно на личните податоци за децата и младите луѓе.

Пандемијата, исто така, има значително економско влијание врз високото образование, пред сè како резултат на потенцијалното намалување на бројот на студенти. Се проценува дека во некои земји, бројот на новозапишани студенти би можел да се намали за 15 %, вклучувајќи и намалување на бројот на меѓународни студенти за 25 %.

Бидејќи образовните системи масовно се придвижуваат кон е-учење, дигиталниот јаз во однос на поврзаноста, пристапот до уреди како и нивото на вештини, добива сè поголема важност. Постои веројатност, сегашната криза да има трајно влијание врз секторот Образование, преку зголемување на понудата и побарувачката на онлајн образованието.

ЗАКЛУЧОК

Мерките за социјално дистанцирање превземени како резултат на пандемијата, ја нагласија важноста на услугите, како што се телекомуникациските и компјутерските услуги. Зголемената важност на обезбедувањето услуги онлајн, може дополнително да го зголеми интересот за прилагодување на регулативата, сè со цел поквалитетно реализирање на услугите, вклучувајќи ги и услугите од странство. Кризата, исто така, ја нагласи инфраструктурната улога на транспортните услуги во олеснувањето на меѓународната трговија со стоки и туризмот.

Имајќи го предвид придонесот на овој сектор во глобалното производство и вработеноста, како и неговата зголемена важност за меѓународната трговија и инвестициите, влијанието на економското забавување врз секторот Услуги ќе биде значително. Од друга страна, пак, услужниот сектор има клучна улога во справувањето со кризата, особено преку финансиските услуги, телекомуникациските, дистрибутивните, транспортот и логистиката. Можноста за обезбедување на услугата онлајн ја олесни работата од дома и овозможи онлајн образование.

Поради нивното влијание врз севкупната продуктивност и трговските перформанси на земјите, размената на услугите е клучна компонента во развојните стратегии на земјите во закрепнувањето од економското забавување.

Користена литература:

- [1] WTO (2019), *World Trade Report 2019: The Future of Services Trade*, Geneva: WTO;
- [2] <http://www.oecd.org/about/Secretary-General/extraordinary-g20-tourism-ministerial-virtual-meeting-april-2020.htm>;
- [3] <https://www.unwto.org/news/international-tourism-arrivals-could-fall-in-2020>;
- [4] <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/WTTC%20Coronavirus%20Brief%20External%2026.05.pdf?ver=2020-05-26-124919-680>;
- [5] <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism> and https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05Barometer_May2020_full.pdf;
- [6] <https://knoema.com/search?query=tourism+as+%25+of+GDP&pageIndex=&scope=&term=&correct=&source=Header>;
- [7] <https://www.forbes.com/sites/pamdanziger/2020/04/03/retail-companies-on-death-watch-is-growing-fast-as-covid-19-puts-non-essential-retailers-on-life-support/#3d1ff74725ea>;
- [8] <https://www.digitalcommerce360.com/2020/05/20/ecommerce-during-coronavirus-pandemic-in-charts/>;
- [9] https://oxfordbusinessgroup.com/news/e-commerce-provides-economic-boost-indonesia-shoppers-migrate-online-during-covid-19-pandemic?utm_source=feed&utm_medium=rss&utm_campaign=eus_all_all;
- [10] https://www.mobileworldlive.com/apps/news-apps/facebook-ad-revenue-falls-victim-to-covid-19/?ID=a6g1r000001RURqAAO&JobID=411117&utm_source=sfmc&utm_medium=email&utm_campaign=MWL_20200325&utm_content=https%3A%2F%2Fwww.mobileworldlive.com%2Fapps%2Fnews-apps%2Ffacebook-ad-revenue-falls-victim-to-covid-19%2F;
- [11] <https://www.mobileworldlive.com/asia/asia-news/gaming-surge-drives-tencent-growth/>;
- [12] <https://www.mobileworldlive.com/featured-content/top-three/vodacom-data-traffic-surges-during-lockdown/>;
- [13] https://www.fiercetelecom.com/telecom/telstra-adds-2-500-temporary-jobs-to-its-workforce-to-help-coronavirus-fallout?mkt_tok=eyJpIjoiTnpNMU4yVTBOekEyT1dJeSIsInQiOiJPVnBvVDkwdE5tZHZ6UURNTZzOWFZNR0RtcVdPMXVQc0prWFR2VFlicjR0Wk81NTMrd2F0V21tczFzdlwvSHdFSThSYUpFwW4xRWsrN3dwNUhZVVwZUtnMzAzZWVXVTd0MkV5ZndnRDY4UjFDWmpcL3pWQ0xsQWZQZHkxTVZZdmxBMSJ9&mrkid=788730;
- [14] <https://www.abiresearch.com/press/covid-19-pandemic-impact-production-smartphones-will-fall-much-30-first-half-2020/>;
- [15] <https://www.mobileworldlive.com/money/news-money/mtn-prepares-for-virus-hit-with-cost-focus>;
- [16] <https://www.ondia.com/resources/product-content/global-advertising-market-set-for-tough-2020-as-covid-19-impact-hits-global-economy> and <https://www.digitalcommerce360.com/2020/04/30/facebook-signals-online-advertising-to-take-a-big-hit/>;
- [17] <https://www.service-public.fr/particuliers/actualites/A13924> and https://ahpesa.co.za/wp-content/uploads/2020/03/GUIDELINES_TELEHEALTH-TELEMEDICINE_1_24Mar2020.pdf;
- [18] <https://en.unesco.org/covid19/educationresponse>.

ВЛИЈАНИЕТО НА ПАНДЕМИЈАТА ПРЕДИЗВИКАНА ОД ВИРУСОТ КОВИД - 19 ВРЗ МАКЕДОНСКАТА ЕКОНОМИЈА

**проф. д-р Весна Георгиева Свртинов¹, проф. д-р Оливера Горгиева-Трајковска²,
проф. д-р Емилија Митева-Кацарски³, проф. д-р Благница Колева⁴**

¹Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
vesna.svrtinov@ugd.edu.mk

²Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
olivera.trajkovska @ugd.edu.mk

³Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
emilija.miteva@ugd.edu.mk

⁴Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
blagica.koleva@ugd.edu.mk

Апстракт

Пандемијата предизвикана од вирусната инфекција Ковид - 19 предизвика сериозни економски последици. Ова ни го покажува податокот дека 30 милиони Американци останаа без работа за краток временски период, додека БДП во еврозоната се намали за 3,8 % во првиот квартал од 2020 (Eurostat 2020). Поради тоа, владите насекаде во светот имплементираат различни фискални, но и монетарни мерки, со цел да ги ублажат негативните ефекти, поставувајќи олеснителни мерки за населението и за бизнисите.

Имајќи ја предвид отвореноста на нашата економија, негативните ефекти лесно можат да се прелеат од другите економии. Покрај тоа, и во рамките на нашата економија последиците можат да се прелеваат од еден сектор во друг, при што фирмите ќе се соочат со намалена ликвидност, поради намалување на производството, што пак, ќе го намали бројот на вработени, а долгорочно и ќе предизвика пад на бруто домашниот производ.

Клучни зборови: *Ковид -19, македонска економија, економски последици*

THE INFLUENCE OF PANDEMIC CAUSED BY COVID - 19 VIRUS ON MACEDONIAN ECONOMY

**Associate Professor Vesna Georgieva Svrtinov , Professor Olivera Gorgieva-Trajkovska²,
Associate Professor Emilija Miteva-Kacarski³, Associate Professor Blagica Koleva⁴**

¹Goce Delcev University, Stip, Macedonia
vesna.svrtinov@ugd.edu.mk

²Faculty of Economics, Goce Delcev University, Stip, Macedonia
olivera.trajkovska@ugd.edu.mk

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

⁴Faculty of Economics, Goce Delcev University, Stip, Macedonia
blagica.koleva@ugd.edu.mk

Abstract

The pandemic caused by the virus infection Covid - 19 caused serious economic consequences. This is shown by the fact that 30 million Americans lost their jobs in a short period of time, while the eurozone's GDP fell by 3.8% in the first quarter of 2020 (Eurostat 2020). As a result, governments around the world are implementing a variety of fiscal and monetary measures to mitigate the negative effects, setting relief measures for the population and businesses.

Takin into account the openness of our economy, the negative effects can easily spill over from other economies. In addition, with in our economy, consequences can easily spill over from one sector to another, while companies will face reduced liquidity due to reduced production, which in turn will lead to a reduced number of employees, and in the long run cause a decline of gross domestic product.

Key words: *Covid 19, Macedonian economy, economic consequences*

1. Вовед

Последиците кои ги предизвика оваа вирусна инфекција и мерките за спречување на ширењето на вирусот, како целосното затворање на дејностите што подразбираат блиска социјална интеракција, ограничувањето на движењето, затворањето на границите, како мерки за зачување на јавното здравје, предизвикуваат големи економски ефекти, од кои не е поштедена ниту нашата земја.

Имајќи ја предвид високата отвореност на нашата економија, ова во крајна линија би предизвикало и подлабок пад на македонскиот БДП од проектираниот.

Подлабокиот пад на странската побарувачка би имала директен ефект врз извозната активност, додека во рамките на домашната побарувачка поизразен ефект би се очекувал кај инвестициската побарувачка, преку помала склоност за преземање ризик кај инвеститорите и одложување на идните инвестициски одлуки, што уште повеќе може да го зголеми падот на БДП.

Во овој труд правиме анализа на неколку клучни економски варијабли, со цел да видиме дали и како тие се погодени од вирусната инфекција предизвикана од Ковид -19.

2. Анализа на одредени економски варијабли за време на кризата предизвикана од вирусната инфекција Ковид - 19 во македонската економија

Во овој дел правиме анализа на одредени економски варијабли, со цел да видиме дали тие се променети во негативна насока во периодот од јануари до мај 2020 година, во споредба со проектираните вредности, но правиме и споредба со истите месеци во изминатите години. При тоа, правиме анализа на индексот на потрошувачките цени, со цел да видиме дали овие месеци од 2020 година се случило пораст на стапката на инфлација. Понатаму, анализираме како намалувањето на референтната каматна стапка на НБРСМ, со цел да води поекспанзивна монетарна политика, влијаеше на кредитната и на депозитната активност на банките. Покрај тоа, ја анализираме и состојбата на тековната сметка на платниот биланс, со цел да видиме дали во месеците од 2020 за кои имаме податоци е зголемен трговскиот дефицит на платниот биланс, како резултат на намалениот извоз, предизвикан од намалена странска побарувачка за увозни стоки. На крајот ја анализираме состојбата на Македонската берза на хартии од вредност, односно дали дошло до пад на берзанскиот индекс МБИ 10, и дали дошло до промена на вредноста на индексот на обврзниците (ОМБ).

Во првиот квартал од 2020 година, домашните потрошувачки цени остварија годишен раст од 0,6 % што, во споредба со последното тромесечје од 2019 година кога инфлацијата изнесуваше 0 %, претставува мало забрзување на растот, главно предизвикано од базичната инфлација, но и од странската увезена инфлација. Според анкета на НБРСМ, економските аналитичари очекуваат дека на крајот на 2020 инфлацијата ќе изнесува 1,6 %, додека во 2021 година 2 %. Сепак, поради големата неизвесност околу времетраењето на корона вирусот, како и последиците кои таа ќе ги предизвика, постои неизвесност и околу движењето на понудата и на побарувачката, што ја отежнува прогнозата за тоа како ќе се движат цените во следниот период (НБРСМ, 2020).

Порастот на Индексот на потрошувачките цени во првиот квартал од 2020 година, за разлика од четвртиот квартал од 2019 година, се однесува на намалената цена на нафтата во 2019 година од 19 %, што се должеше на намалената побарувачка од Кина по појавата на вирусна инфекција во оваа земја, како и на намалената глобална побарувачка. За разлика од електричната енергија и течните горива и мазива, индексот на потрошувачките цени на храната во првиот квартал од 2020 беа пониски од последниот квартал на 2019 година. Види Табела бр. 1:

Табела 1. Индекс на потрошувачки цени

Table 1: Consumer price index

	2019 Квартал 4	2020 Квартал 1
Индекс на потрошувачки цени -вкупно	0,0	0,6
Храна	1,2	0,5
Цени на електрична енергија	-1,2	0,7
Течни горива и мазива	-3,2	3,4

Извор: НБРСМ

Доколку ги анализираме трошоците за живот без да правиме споредба со минатата 2019 година, туку како база да ја земаме 2010 година, може да забележиме дека во месеците од јануари до мај 2020 година постои раст за околу 13,5 % во однос на истите месеци во базната година. Пресметката ја добиваме кога трошоците за живот во соодветен месец од 2020 година ќе ги поделиме со просечните трошоци за живот во 2010 година, која се користи како база. Трошоците за живот ги мериме преку индекси за трошоци на живот според класификација СОICOP.

Табела 2: Трошоци на живот во 2020 година во однос на 2010 година

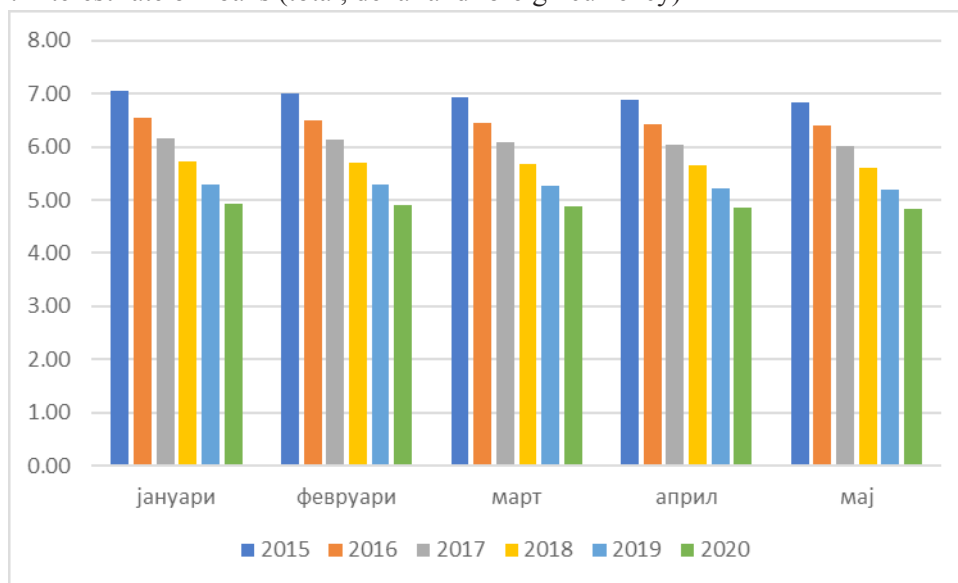
Table 2: Cost of living 2020 compared to 2010

Месец	Индекс
јануари	113.46
февруари	113.57
март	113.79
април	113.93
мај	114.38

Извор: Државен завод за статистика

Во услови на брзо ширење на вирусната инфекција Ковид - 19 на глобално ниво, голем број централни банки кон крајот на првиот квартал од 2020 година, реагираа со намалување на основните каматни стапки, а во координација со владите презедоа и дополнителни мерки за поддршка на реалниот сектор, сè со цел да се олабават финансиските услови и да се ублажат негативните ефекти од неекономскиот шок врз економиите. Исто така, реагираше и НБРСМ, која во текот на првиот квартал на 2020 година, ја олабави монетарната политика. Основната каматна стапка беше намалена во два наврати, во јануари и во март, за вкупно 0,50 процентни поени, односно од 2,25 % на 1,75 %. Одлуките за намалување на основната каматна стапка беа донесени во услови на присутни глобални ризици, вклучително и на ризикот од брзото ширење на вирусната инфекција во глобални рамки, со што се продлабочија ризиците и во домашната економија. Намалувањето на каматната стапка имаше за цел поддршка на кредитната активност на банките и ублажување на ефектите од негативниот шок врз домашната економија. На Графиконот подолу прикажана е висината на каматните стапки на кредитите за месеците од јануари до мај за годините од 2015-2020 година.

Графикон 2: Каматна стапка на кредити (вкупно, денарска и девизна)
Chart 2: Interest rate on loans (total, denar and foreign currency)

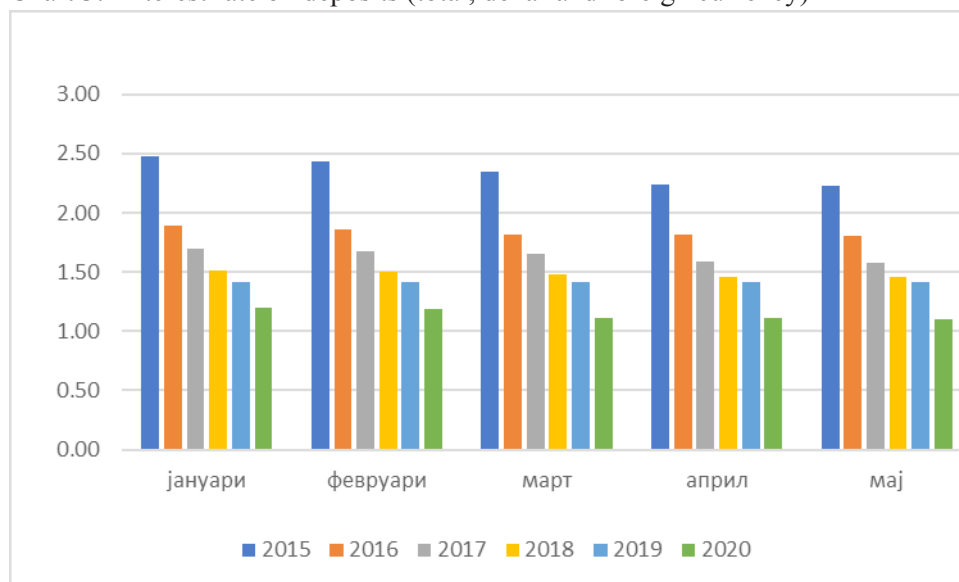


Извор: НБРСМ

Можеме да забележиме дека во сите месеци каматните стапки на кредитите се најниски во 2020 година.

Поради намалувањето на референтната каматна стапка на НБРСМ се намалија и пасивните каматни стапки. Види Графикон подолу:

Графикон 3: Каматна стапка на депозити (вкупно, денарски и девизни)
Chart 3: Interest rate on deposits (total, denar and foreign currency)



Извор: од НБРСМ

Од горниот графикон можеме да забележиме дека во месеците од јануари до мај, во 2020 година имаше најниски каматни стапки на депозитите во споредба со истите месеци во годините од 2015-2019 година.

Депозитите на домаќинствата во првиот квартал од годината забележаа квартален раст, сепак помал во споредба од последниот квартал на 2019 година. Од аспект на рочната

структура на штедењето, растот на депозитите на домаќинствата пред сè е резултат на зголемувањето на краткорочните депозити, додека долгорочните депозити се намалија.

Депозитите на претпријатијата во првиот квартал од 2020 година забележаа квартален пад. Ваквата промена се објаснува со сезонските фактори вообичаени за овој период од годината, но секако и поради економската ситуација која ја предизвика висрусната инфекција. Во однос на валутната структура, во првиот квартал од 2020 имаше намалување на денарските, а пораст на девизните депозити, што најверојатно се должи на стравот на граѓаните од можна девалвација на домашната валута. Од рочен аспект, краткорочните депозити бележат раст, додека долгорочните депозити имаат негативен придонес, што е сосем логично во услови на неизвесноста со која се соочуваме.

Табела 3: Вкупни депозити

Table 3: Total deposits

	2019 квартал 4	2020 квартал 1
<i>Квартални промени во %</i>		
Вкупни депозити	3,5	-0,3
<i>Придонес во квартална промена на вкупните депозити</i>		
Депозитни пари	2,7	-0,5
Денарски депозити	0,1	-0,7
Девизни депозити	0,6	0,9
Краткорочни депозити	0,5	0,6
Долгорочни депозити	0,3	-0,4
Домаќинства	2,5	0,7
Претпријатија	1,9	-0,9
Останати сектори	-1,0	-0,1

Извор: НБРСМ

И покрај експанзивната монетарна политика, поради неизвесноста од ширењето на заразата од Ковид - 19, кредитите остварија раст на квартална основа од 0,7 %, за разлика од растот од 3,8 % остварен во четвртиот квартал од 2019 година. Од Табелата подолу можеме да забележиме и нето-намалување на корпоративните кредити, а мало нето-зголемување кај кредитите на домаќинствата, но сепак помало од претходниот квартал.

Во однос на рочната структура, поголем раст имаат долгорочните од краткорочните кредити, што повторно произлегува од неизвесноста за идната економска состојба и за можноста за враќање на краткорочните заеми. Во однос на валутната структура, поголем раст бележат денарските отколку девизните кредити, што повторно се должи на несигурноста околу можна девалвација на националната валута.

Табела 4: Вкупни кредити на приватен сектор

Table 4: Total loans to private sector

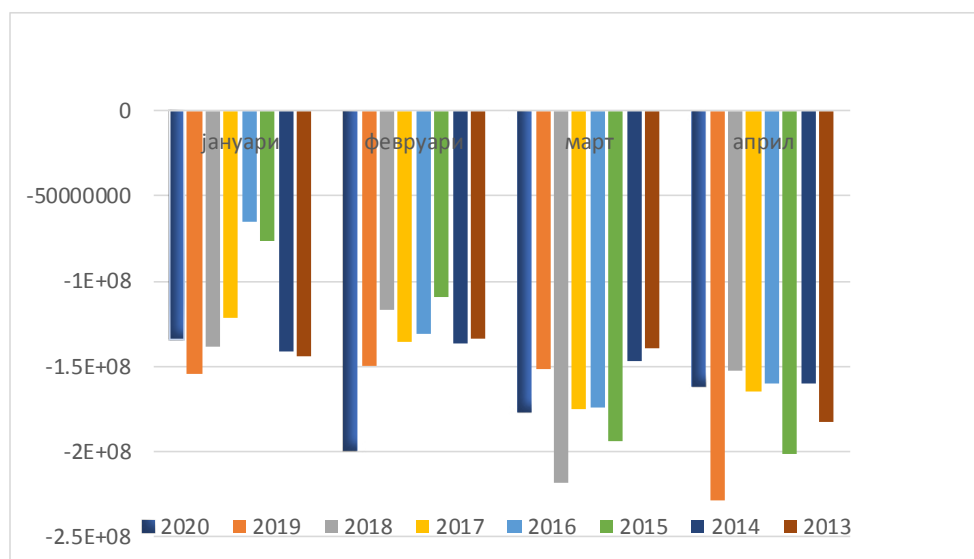
	2019 квартал 4	2020 квартал 1
<i>Квартални промени во %</i>		
Вкупни кредити на приватен сектор	3,8	0,7
<i>Придонес во кварталната промена на вкупните кредити</i>		
Денарски кредити	2,0	0,5
Девизни кредити	1,8	0,2
Краткорочни кредити	0,6	0,1
Долгорочни кредити	3,2	0,3
Домаќинства	1,4	0,8
Претпријатија	2,5	-0,1

Извор: НБРСМ

Во однос на економската активност, БДП во четвртото тримесечје од 2019 година, забележа солиден раст од 3,4 %. Во поглед на состојбата на економијата во првиот квартал на 2020 година, во услови на ограничен обем на расположливи податоци, тешко може да се даде попрецизна оценка.

Во продолжение ја анализираме состојбата на тековната сметка на платниот биланс. На долната Табела е прикажан трговскиот дефицит на платниот биланс за месеците јануари, февруари, март и април, со цел да направиме споредба за неговиот износ во истите месеци во 2020 година, во однос на 2013-2019 година.

Графикон 4: Трговски дефицит
Chart 4: Trade deficit



Извор: Државен завод за статистика

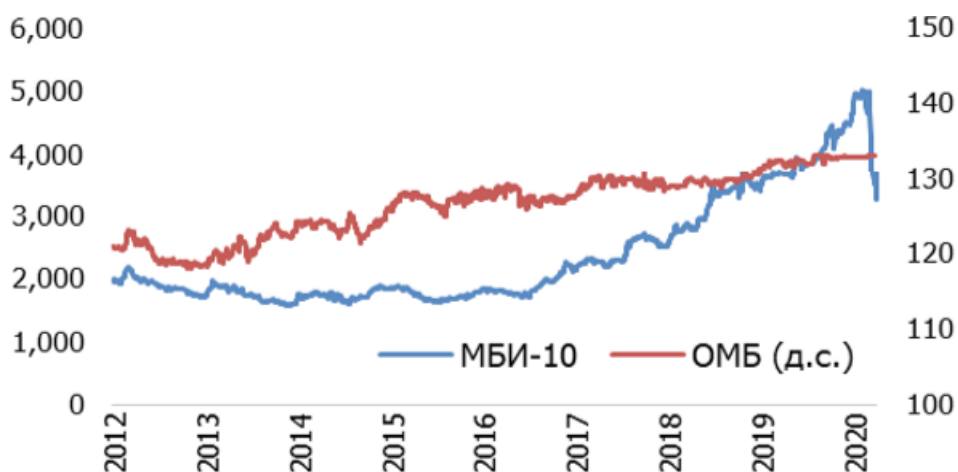
Од графиконот забележуваме дека трговскиот дефицит, во јануари бележи намалување во однос на истиот месец во 2019 година, во февруари и март бележи зголемување во однос на истите месеци минатата година, што се должи на поголем увоз од извоз, а во април повторно намалување на дефицитот во однос на истиот месец во 2019 година. Очекуваниот подлабок трговски дефицит, во споредба со она што го гледаме на Графиконот, најверојатно е последица на намалениот увоз на земјата во овие месеци.

Според последните расположливи податоци, на 31.3.2020 година, состојбата на бруто девизните резерви изнесува 3.017,3 милиони евра, што преставува намалување од 245 милиони евра во однос на состојбата на крајот од 2019 година. Намалувањето на девизните резерви е резултат на редовното отплаќање на обврските на државата и во помал обем од интервенции на девизниот пазар од страна на Народната банка, што е од значење за одржување на фиксната вредност на денарот во однос на еврото (НБРМ, квартален извештај, 2020).

На македонската берза очекувањата за можните негативни последици од брзото ширење на Ковид - 19 предизвика намалување на вредноста на берзанскиот индекс МБИ-10 за 22 % и на крајот на првото тримесечје од 2020 година изнесуваше 3.623,23 индексни поени.

Вредноста на индексот на обврзниците (ОМБ) на крајот на првиот квартал изнесуваше 133 и во текот на кварталот се задржа на релативно стабилно ниво, а не забележа промени и во споредба со крајот на претходното тримесечје. Види Графикон бр. 5:

Графикон 5: Движење на МБИ-10 и ОМБ (во индексни поени)
Chart 5: Movement of MBI-10 and OMB (in index points)



Извор: НБРСМ

Државните обврзници и натаму преовладуваат во вкупниот износ на државни хартии од вредност на примарниот пазар, со учество од 69 %, во чии рамки најзастанени се 15-годишните државни обврзници. Што се однесува до сопственоста, раст на државните хартии од вредност беше забележан кај речиси сите инвеститори. Следствено, и натаму најголем дел од вкупните издадени државни хартии од вредност се во сопственост на останатите инвеститори (67 %), во чии рамки најзастанени се пензиските фондови, додека 33 % од вкупниот износ на државни хартии од вредност е во сопственост на банките. Така износот на издадени државни хартии од вредност во првиот квартал од 2020 година изнесуваше 109,554 милиони денари, наспроти истиот квартал во 2019 година кога изнесуваа 106,354 милиони денари (Министерство за финансии, 2020).

ЗАКЛУЧОК

Во овој труд ги анализираме економските последици кои инфекцијата настаната од вирусот Ковид - 19 може да ги има на нашата економија. Имено, кризата претставуваше неочекуван шок за сите земји вклучително и нашата, и секако дека излегувањето од неа ќе претставува голем предизвик.

Така, во првиот квартал од 2020 година домашните потрошувачки цени остварија годишен раст од 0,6 % што, во споредба со последното тромесечје од 2019 година кога инфлацијата изнесуваше 0 %. Доколку ги анализираме трошоците за живот, а како база ја земаме 2010 година, во месеците од јануари до мај 2020 година постои раст за околу 13,5 % во однос на истите месеци во базната година.

НБРСМ, која текот на првиот квартал на 2020 година, ја олабави монетарната политика за да ја поддржи кредитната активност на банките и да ги ублажи ефектите од негативниот шок врз домашната економија. Но, и покрај еспанзивната монетарна политика, поради неизвесноста од ширењето на заразата, кредитите остварија раст на квартална основа од 0,7 %, за разлика од растот од 3,8 % остварен во четвртиот квартал од 2019 година. Во однос на рочната структура, поголем раст имаат долгорочните од краткорочните кредити, што повторно произлегува од неизвесноста за идната економска состојба за можноста за враќање на краткорочните заеми. Во однос на валутната структура, поголем раст бележат денарските отколку девизните кредити, што повторно се должи на несигурноста околу можна девалвација на националната валута.

Во услови на неизвесност за идната ситуација, депозитите забележаа пад во првиот квартал на 2020 година. Од рочен аспект, краткорочните депозити бележат раст, додека долгорочните депозити се намалија, што е сосем логично во услови на неизвесноста со која се соочуваме. Од аспект на валутната структура имаше намалување на денарските, а пораст на девизните депозити, што најверојатно се должи на стравот на граѓаните од можна девалвација на домашната валута.

Од направената анализа во трудот не забележавме проширување на трговскиот дефицит во првиот квартал на 2020 година.

Во однос на берзанските индекси МБИ-10 во првиот квартал од 2020 се намали за 22 %, додека индексот на обврзниците остана стабилен.

Во однос на економската активност во првиот квартал на 2020 година, во услови на ограничен обем на расположливи податоци, тешко може да се даде попрецизна оцена за движењето на БДП. Но, секако, доколку мерките на изолација останат многу подолго, реално би било дека, како и другите економии, и ние би се соочиле со неминовна рецесија.

Користена литература:

- [1] Eurostat 2020, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/europe-2020-indicators>;
- [2] Државен завод за статистика на Република Северна Македонија <http://www.stat.gov.mk/SoopstenijaPoOblasti.aspx>;
- [3] Министерство за финансии на Република Северна Македонија <https://www.finance.gov.mk/mk/node/852>;
- [4] Народна банка на Република Северна Македонија <https://www.nbrm.mk/statistika.nspk>;
- [5] Народна банка на Република Северна Македонија, квартален извештај, мај 2020.

ВЛИЈАНИЕТО НА СУШТИНАТА НА КВАЛИТЕТОТ ВРЗ ЗГОЛЕМУВАЊЕТО НА МОТИВАЦИЈАТА КАКО КЛУЧНА АЛАТКА ВО СЕМЕЈНИОТ БИЗНИС

Мирјана Донева¹, проф. Еленица Софијанова¹
¹Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
mirjana.208200@student.ugd.edu.mk
²Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип
elenica.sofijanov@ugd.edu.mk

Апстракт

Семејните бизниси најчесто се долгорочно ориентирани или се темелат на визијата на основачот дека бизнисот кој го создава ќе живее долги години и ќе обезбедува работни места и егзистенција за членовите на семејството. На формирањето и развојот на семејните бизниси влијаат многу фактори како социо-културни промени во општеството, економски трендови, развојот на технологијата, како и политичката состојба на државата во која функционира бизнисот.

Семејниот бизнис како комплексен и дуален систем е составен од семејството и бизнисот. Членовите од семејството се дел од бизнисот и тие се вклучени во системот на задачи, но истовремено се дел и од семејниот систем. Семеен бизнис значи компанија во која гласачкото мнозинство е во рацете на семејството кое има контрола, вклучувајќи го и основачот(ите) кои имаат намера да го пренесат бизнисот на своите потомци.

Доколку квалитетно работење подразбира коректно и правилно извршена работа, тогаш се чувствува мотивираност кај вработените, развивање на индивидуални способности и вештини инкорпорирани во семејниот бизнис.

Клучни зборови: *квалитет, производ, мотивација, бизнис, менаџер, вработен*

THE IMPACT OF THE ESSENCE OF QUALITY ON INCREASING MOTIVATION AS A KEY TOOL IN THE FAMILY BUSINESS

Mirjana Doneva¹, Prof. Elenica Sofijanov¹
¹Faculty of Economics, University “Goce Delchev”, Stip
mirjana.208200@student.ugd.edu.mk
²Faculty of Economics, University “Goce Delchev”, Stip
elenica.sofijanov@ugd.edu.mk

Abstract

Family businesses are usually long-term oriented or based on the founder's vision that the business he creates will live for many years and provide jobs and livelihoods for family members. The formation and development of family businesses is influenced by many factors such as socio-cultural changes society, economic trends, the development of technology, as well as the political situation of the country in which the business operates.

The family business as a complex and dual system is made up of family and business. Family members are part of the business and they are involved in the system of tasks, but at the same time they are part of the family system. intend to transfer the business to their offspring.

If quality work implies correct and correctly performed work, then one feels motivated by the employees, developing individual abilities and skills incorporated in the family business.

Keywords: *quality, product, motivation, business, manager, employee*

1. Вовед

Во последните неколку години во разни дебати се отвора прашањето за семејните бизниси и се очекува да се протолкува значењето на овој вид бизниси, односно да се одговори на прашањето за просперитетот на семејните бизниси, предностите кои ги повлекува, но и да се дадат корисни информации за потенцијалните ризици и проблеми кои доаѓаат со овој вид на бизниси.

Семејните бизниси најчесто се долгорочно ориентирани или се темелат на визијата на основачот дека бизнисот кој го создава ќе живее долги години и ќе обезбедува работни места и егзистенција за членовите на семејството. На формирањето и развојот на семејните бизниси влијаат многу фактори како социокултурни промени во општеството, економски трендови, развојот на технологијата, како и политичката состојба на државата во која функционира бизнисот.

Доколку квалитетно работење подразбира коректно и правилно извршена работа, тогаш се чувствува мотивираност кај вработените, развивање на индивидуални способности и вештини инкорпорирани во семејниот бизнис. Квалитет на производот или услугата се одредува преку севкупноста на особините и карактеристиките на производот или услугата кои ги носат во себе за да ги задоволат бараните и зацртаните потреби. Тоа не е нешто што е скапо, па да се оцени дека е квалитет, но тоа што клиентот го бара и му треба и ги исполнува неговите потреби. Мотивацијата е битна алатка во работењето на секое претпријатие, бидејќи преку мотивацијата се настојува да се влијае врз однесувањето на вработените, се настојува да се поттикнат вработените на што поголемо залагање во извршувањето на работните задачи.

Семејниот бизнис како комплексен и дуален систем е составен од семејството и бизнисот. Членовите од семејството се дел од бизнисот и тие се вклучени во системот на задачи, но истовремено се дел и од семејниот систем. Семеен бизнис значи компанија во која гласачкото мнозинство е во рацете на семејството кое има контрола, вклучувајќи го и основачот(ите) кои имаат намера да го пренесат бизнисот на своите потомци.

2. Поим, карактеристики, фактори и фази на квалитетот на производите и услугите

Квалитет ги претставува оние карактеристики на производи или услуги кои ги задоволуваат потребите на клиентите и со тоа обезбедуваат задоволство кај клиентите. Квалитет на производот или услугата се одредува преку севкупноста на особините и карактеристиките на производот или услугата кои ги носат во себе за да ги задоволат бараните и зацртаните потреби. Тоа не е нешто што е скапо, па да се оцени дека е квалитет, но тоа што клиентот го бара и му треба и ги исполнува неговите потреби.

Кога еден производ или услуга ги задоволува потребите на клиентите најверојатно ќе се каже дека е со добар квалитет и исто така кога клиентите не се задоволни се вели дека има лош квалитет. Кога производот или услугата ги надминува потребите најверојатно ќе се каже дека има висок квалитет, а доколку е под очекувањата, се вели дека е со низок квалитет.

Секоја функција или карактеристика на производ или услуга која е потребна за да се задоволат клиентските потреби е карактеристика на квалитет.

Како клучни карактеристики на квалитетот на производот се истакнуваат следниве¹:

1. Пристапност;
2. Достапност;
3. Изглед;
4. Потрошувачка;

¹ Automotive Quality Systems Handbook, David Hoyle, 1po издание, 2000, Butterworth-Heinemann Ltd., стр. 23

5. Флексибилност;
6. Функционалност;
7. Доверливост;
8. Сигурност;
9. Безбедност;
10. Осетливост;
11. Мирис;
12. Вкус;
13. Поправливост;
14. Тежина, итн.

Овие се карактеристики кои треба да бидат специфицирани и нивното постигнување да биде контролирано, проверено, подобро, менаџирано и демонстрирано. Овие се карактеристики кои ја сочинуваат содржината на специфичните барања наведени во ISO 9000².

На квалитетот влијаат бројни фактори, но истите можеме да ги групираме во две групи:

- Човечки фактори и
- Технолошки фактори³

Влијанието на овие фактори е различно, но вообичаено на квалитетот влијае комбинација на овие две групи фактори. За да се добие добар квалитет непоходно е да се знае кој и во колкава мера од овие фактори влијае врз него, и во согласност со тоа да може да се посвети внимание врз него.

Доколку во деловниот субјект преовладуваат човечките фактори тогаш треба да се посвети поголемо внимание на тоа да се обезбеди соодветен тим на луѓе, но доколку повеќе преовладуваат технолошките фактори, тогаш повеќе треба вниманието да се насочи кон изборот на соодветната технологија и опрема, неопходна за добивање на квалитетот.

Човечките фактори може да се поделат на:

1. **Директни фактори** - кои подразбираат образование, знаење, поседување одредена вештина, искуство, способност и сл. кои се разликуваат од човек до човек, и
2. **Индиректни фактори** - кои пред сè се јавуваат во индустрискиот начин на производство и ја претставуваат способноста на раководството на деловниот субјект, а во нив припаѓаат: системот на управување со квалитетот во деловниот субјект, мотивирањето на луѓето за квалитетно извршување на обврските, начинот на оспособување и школување на вработените, начинот на решавање на проблемите коишто произлегуваат поврзани со квалитетот и сл.

Како технолошки фактори кои влијаат врз управувањето со квалитетот може да се наведат следните⁴:

- Производните средства;
- Опремата за мерење, оценка и контрола;
- Материјали и суровини;

² ISO 9000 е збир на интернационални стандарди за менаџирање со квалитет и обезбедување на квалитет, развиен за да им помогне на компаниите ефективно да ги документираат елементите на системот за квалитет за да бидат имплементирани како би се одржал ефикасен систем за квалитет. Тие не се специфични за секоја индустрија и може да се применуваат на организациите од која било големина.

³ Lakhal, L., Pasin, F., Limam, M., Quality management practices and their impact on performance, International Journal of Quality & Reliability Management, бр. 23, јуни 2006, стр. 625-640.

⁴ Maguad, Ph. D. Ben, Krone, Ph. D. Robert, Managing for Quality in Higher Education: A Systems Perspective, 2012, ISBN 978-87-403-0205-9, стр. 89-91.

- Финансиските средства, инвестициите;
- Различни стандарди и прописи и сл.

Што се однесува до технолошките фактори, накратко може да се опише дека, независно за кој од нив станува збор, може многу да придонесе или напротив да направи штета во обезбедувањето на квалитет на производот, како и на обезбедувањето на квалитетен проект.

Поимот „квалитет“ се споменува континуирано низ целиот развој на човековата цивилизација. Но, модерната историја на развојот на квалитетот, започнува паралелно со развојот на технологијата, средствата за работа, со развојот на трудот. Во тој период на развивање на квалитетот се разликуваат неколку степени или фази на развој на квалитетот. Во современи услови на стопанисување, во ситуација кога конкуренцијата е немилосрдна, а барањата на пазарот секојдневно сè поголеми, доаѓа до израз потребата од квалитетни техники на управување. Во такви услови, квалитетот станува фактор на опстанок на пазарот, конкурентност и профитабилност.

3. Осврт кон мотивите и мотивацијата, нивно дефинирање, карактеристики и видови

Мотивација се дефинира како процес на поттикнување, насочување и одржување на нашата активност за постигнување на поставена цел за задоволување на одредена потреба. Мотиви се психолошки фактори кои предизвикуваат активност, насочуваат и одржуваат активност за остварување на поставена цел во задоволување на одредена потреба⁵.

Посебно се истакнуваат три карактеристики на мотивација, и тоа:

- **Предизвикување** (неостварени желби или потреби предизвикуваат акција);
- **Насочување** (целите ѝ го покажуваат патот на акцијата);
- **Јачина** (некои потреби се посилни, некои цели се тешки за остварување).

Со согледување на овие карактеристики на мотивација разбирливо е дека мотивационото однесување го насочува вниманието на поединецот кон одреден објект или цел, го активира вложениот труд во активност и ја одржува таа активност во постигнување на целта. Мотивација е процес на кој влијаат многу фактори и тоа:

1. Надворешни фактори, каде влегуваат: физичка средина, систем на наградување норма, однесување, тип на задачи и организациона култура.

Менаџерите на малите и средни претпријатија применуваат различни видови мотиватори со цел да постигнат висок степен на мотивација кај своите вработени. Според резултатите добиени од извршените истражувања може да се констатира дека видовите мотиватори кои се користат за мотивирање на вработените се поделени на мотиватори кои влијаат на безбедноста на работата и мотиватори кои влијаат на задоволство од работата.

Ефектот од мотиваторите кои влијаат на безбедноста на работата може да се согледа преку процесите на само набљудување на работната средина која може да биде пријатна, позитивна, негативна или непријатна. Мотиваторите кои влијаат на задоволство од работата се состојат од мотиватори кои влијаат на самата работа која што ја извршуваат вработените, признанието за извршената работа, плаќањето за извршената работа, условите во кои се извршува работата.

Иако мотиватори се многубројни, т.е. мотивацијата е комплексна, сепак истата може да се подели од два аспекти и тоа⁶:

⁵ Kordić, B., Pajević, D. (2007), Opšta psihologijasa socijalnom psihologijom, Centar za primenjenu psihologiju, Beograd, str. 108.

⁶ Трајко Мицески (2009), Менаџмент, стр. 229.

1. Внатрешна мотивација (душевна мотивација), т.е. мотивација за задоволување на душата (она што човекот го чувствува во душата). Внатрешната мотивација е долгорочна и таа делува на побудите на душата на човекот кои причинуваат внатрешно задоволство или незадоволство. Тоа внатрешно задоволство води кон успех во работењето, т.е. унапредување на квалитетот. Обратно, внатрешното незадоволство води кон наназад. Значи, внатрешната мотивација произлегува од воодушевувањето (идеализирањето), задоволството и побудите (поттикнувањата) на душата. Таа всушност се рефлектира само на личноста (самиот човек) и преку него се одразува организацијата. Самата личност тоа го чувствува; и

2. Надворешна мотивација (телесна мотивација), т.е. мотивација за задоволување на телото. Всушност добиената плата, со која човекот ги задоволува своите потреби и потребите на семејството (со храна, облека и сл.) претставува *надворешна мотивација*.

Покрај овие два аспекти на мотивација, постои и трет многу важен аспект на мотивација кој човекот го прави активен, енергичен и работлив и кога тој човекот ниту внатрешно, ниту надворешно не е мотивиран од страна на менаџерот, односно менаџментот во организацијата, а тоа е **духовната мотивација**. Оваа мотивација е поврзана со верувањето на човекот и неговата самоверба.

3.1. Мотивираноста на работниците како битна алатка за подобрување на квалитетот на работењето

Мотивираноста на работниците како битна алатка за подобрување на квалитетот на работењето упатува на некои размислувања за тоа кои се основните чинители и извори на мотивираноста за работата и како можат работниците повеќе да се мотивираат за работа, бидејќи мотивацијата е многу комплексен и многу променлив феномен.

Имајќи ги предвид теоретските поставки и истажувањата за мотивацијата, се доаѓа до сознание дека за постигнување на квалитативни и квантитативни резултати во работата најзначајни се неколку фактори и тоа⁷:

- Сигурноста на работата;
- Способни раководители;
- Плата;
- Добри меѓучовечки односи;
- Добри соработници;
- Признание, односно респектирање при работењето;
- Индивидуална можност за изразување на работата;
- Занимливост на работата;
- Праведен и вреден надзор;
- Можност за исполнување на скромните сопствени барања;

Во време на транзициониот период во Р. Македонија, кога стопанството се соочува со голем број проблеми (загуби, немање работа, каснење на плата, отпуштање на вработените и сл.) еден од најважните мотиви на вработените претставува сигурноста на работата. Тоа значи дека кај најголем број вработени постои загриженост од губење на работа, како резултат од влијанието на состојбите во земјата. Но, тоа не значи дека другите мотиви се потиснати, како на пример, мотивот како што е платата е посебно изразен, но не со желба за повисока плата, туку за нејзино редовно и навремено примање.

4. Семејните бизниси како посебна форма за започнување мал бизнис

Семејните бизниси најчесто се долгорочно ориентирани или се темелат на визијата на основачот дека бизнисот кој го создава ќе живее долги години и ќе обезбедува работни места и егзистенција за членовите на семејството. На формирањето и развојот на семејните

⁷ Трајко Мицески, Штип (2009), Менаџмент, стр. 232.

бизниси влијаат многу фактори како социокултурни промени во општеството, економски трендови, развојот на технологијата, како и политичката состојба на државата во која функционира бизнисот.

Семејниот бизнис како комплексен и дуален систем е составен од семејството и бизнисот. Членовите од семејството се дел од бизнисот и тие се вклучени во системот на задачи, но истовремено се дел и од семејниот систем. Семеен бизнис значи компанија во која гласачкото мнозинство е во рацете на семејството кое има контрола, вклучувајќи го и основачот(ите) кои имаат намера да го пренесат бизнисот на своите потомци.

4.1. Фази на развој на семејните бизниси

Како почеток на еден мал бизнис претставуваат размислувањата за тоа што би можело да влијае и што е неопходно за да се започне со еден таков потфат. Основањето на мал бизнис не е лесна работа, исто како што не е лесно и да се раководи со него. Многу фактори треба да бидат земени предвид при почетокот, пред што било да се започне, но следните десет се вбројуваат како клучни фактори⁸:

- **Кое е познавањето за бизнисот?** Пред што било да започне да се работи, потребно е да се увиди колкаво е познавањето за бизнисот на идниот сопственик. Тоа се однесува на целокупните информации и податоци со кои располага основачот, а кои се поврзани со работата и влијанието на окружувањето со кое идниот бизнис ќе се соочи. Голема е опасноста од почнување на бизнис без да се има никакво познавање од него. Многу бизниси пропаѓаат и не успеваат поради недостигот од искуство и знаење, затоа што се соочуваат со некои со огромно искуство зад себе, кои ќе ги прегазат уште во првата година од нивното постоење;
- **Целниот пазар.** Пред да го основа бизнисот, сопственикот го истражува целниот пазар што ги претставува потрошувачите кои бизнисот треба да ги задоволи. Истражувањето на целниот пазар претставува истражување и дознавање на преференциите, вкусовите и желбите на потрошувачите кои се наоѓаат во околината во која идниот бизнис ќе работи, со цел запознавање со нивните реални потреби и нивно задоволување, а со тоа и остварување на профит и опстанок на пазарот;
- **Локацијата на бизнисот.** Изборот на вистинската бизнис локација е клуч за успехот на малиот бизнис и на неа сопственикот мора да посвети значително внимание. Пошироко гледано, таа ги опфаќа сообраќајот околу локацијата, близината на пазарот и суровините, достапноста до работна сила, безбедноста на локацијата и некои други фактори, кои непосредно би му влијаеле на бизнисот. Доколку тој е лоциран на локација која е оддалечена и од достапната работна сила и од суровините, многу потешко ќе му биде обезбедувањето на овие важни ресурси, а тоа значи губење време и пари;
- текот на работењето, а со тоа и да го доведат во опасност опстанокот на бизнисот;
- **Поддршката за финансискиот план.** Финансискиот план пред секое започнување со работата на бизнисот ги содржи: почетниот капитал со кој располага сопственикот, потребните финансии за да се започне со бизнисот, како и потребните финансии за да се остане и опстои на пазарот. Тоа значи дека добриот почетен финансиски план ги содржи почетните средства и обврски, односно активата и пасивата на бизнисот, добро пресметаните почетни вложувања и трошоци поврзани со работењето на конкретниот бизнис, како и точна пресметка на неодложните почетни и идните оперативни трошоци, кои ќе се покриваат во оној период кога бизнисот ќе почне да остварува значајни приходи. Несеофатниот и неквалитетниот изработен финансиски план, како и неизвршувањето и непочитувањето на изработеното е предуслов за лошо и непрофитабилно делување на бизнисот, а дека ќе биде така се знае уште пред тој да биде основан;
- **Времето и управување со времето.** Времето претставува значаен ресурс во економска

⁸ <http://www.naijaonlinebiz.com/factors-to-consider-when-starting-a-small-business/>

смисла и според многумина тој значи пари. „Времето е најскапоцениот ресурс кој во услови на динамично окружување во кое денес се живее треба рационално, квалитетно и ефикасно да се искористи“⁹. Неквалитетно потрошеното време во голема мера значи и пропуштање на можности и губење на финасиски средства. Во случај, кога овој фактор се смета за еден од најважните и најризичните фактори, добро испланираното време од страна на сопственикот пред и формално да започне со работа придонесува неговиот бизнис да успее и да го искористи масимално тоа што му се нуди;

- **Конкуренцијата.** Конкуренцијата се однесува на бизнисите кои се занимаваат со иста или слична дејност, со која планира да се занимава и новиот бизнис и делуваат во истото подрачје во кое новиот бизнис сака да работи. Во голем број случаи конкуренцијата е позитивна и влијае стимулирачки на малиот бизнис, но во случаи на нелојална конкуренција, каде другите бизниси намерно ги спуштаат цените на производите, вработуваат лица на сиво или незаконски се здружуваат и делуваат заедно, таа влијае деструктивно на малиот бизнис. Истражувањето на условите во конкуренцијата е неопходност пред формално започнување со работа;
- **Профитот во работењето** се добива кога од вкупно добиените приходи ќе се одземаат вкупно вложените трошоци направени за добивање на приходот. За бизнис кој сè уште не започнал со работа, важен е очекуваниот профит, односно профитот кој сопственикот планира и очекува да го оствари при работењето. Доколку тој пресмета дека му одговара и му е доволен, тој се решава да започне нов бизнис, но ако таквиот потфат не е исплатлив, нема ни да се одлучи да го започне затоа што профитот претставува главната економска цел на секое работење;
- **Економијата.** Таа претставува најопсежната целина во која се содржани и дел од претходно наведените фактори, но и други, како на пример: стапката на инфлација, каматната стапка, економскиот раст, приходите на купувачите, вработеноста во таа економија и сл. Негативните тенденции во една економија имаат уништувачко влијание на кој било бизнис, а пред сè на малиот. Пример, рецесијата и падот на економијата се одразува негативно на профитот, но уште полошо и на опстанокот на бизнисот, потоа висока инфлација ги обезвреднува паричните средства со кои бизнисот располага, а евентуално високата каматна стапка му отежнува пристапот до кредити. Со разработка на сите можни идни тенденции, ризикот од негативно влијание на работењето во голема мера ќе биде намален.

5. Чекори во основањето на малите бизниси

Едни од најопсежните модели на процесот на основање нов бизнис има дадено Американскиот центар за развој на малите бизниси (Small Business Development Center SBDC) од Мичиген. Тој идентификувал и препорачува 7 чекори што треба да се поминат при основањето на малите бизниси, а тие се¹⁰:

1. **Селектирање на бизнис-идеја.** Првиот чекор според овој извор всушност се однесува на типот на бизнисот кој се сака да се започне. Овде се поставува прашањето: кој проблем, бизнис-идејата треба да го решава и која потреба таа ја исполнува? Сопственикот, за почеток формулира повеќе бизнис идеи и ја избира онаа за која смета дека ќе привлече што повеќе потрошувачи и ќе оствари максимален профит;
2. **Истражување на пазарот.** Вториот чекор, истражувањето на пазарот е навистина од голема важност затоа што на пазарот се наоѓаат голем број фактори коишто би можеле да влијаат во текот на целото време на работење. Тоа означува прибирање факти и

⁹ www.napag.mk/wp

¹⁰ <http://www.sbdcmichigan.org/wp-content/uploads/2014/01/Guide-to-Starting-and-Operating-a-SmallBusiness-2014v2.pdf>

податоци за да се изврши правилно информирање за потенцијалот кој го нуди пазарот за бизнисот, за изгледите тој да успее и правецот кој бизнисот ќе го заземе. Тука сопственикот подетално истражува четири битни сегменти кои влијаат на успехот на бизнисот и тоа:

- **Индустијата.** Таа ја дава целосната слика за „светот“ во кој ќе навлезе бизнисот. Прашањата како што се: кои се трендовите во индустијата, потенцијалот за раст, што ја асоцира индустијата, нејзината големина, трендовите за раст и за пад, каналите на дистрибуција, можностите, заканите што ги нуди и сл. се предмет на разгледување и ним им се посветува внимание што се однесува до овој сегмент;
 - **Пазарот** што го сочинуваат потрошувачите или бизнисите кои ќе го купуваат производот или услугата. Тука сопственикот го истражува бројот на потенцијалните потрошувачи, сегментите на пазарот, како и политичките, социјалните и еколошките трендови на пазарот;
 - **Купувачите** ги претставуваат поединците кои ќе го купуваат производот или услугата, а цел на направеното истражување е дознавање на нивната големина, возраста, нивото на образование, приходите, етничката припадност и дознавање на слични други елементи поврзани со купувачите;
 - **Конкуренцијата** што го претставува секој бизнис што продава производ или услуга која е иста или слична на производот или услугата која бизнисот ќе сака да ја продава, а во овој сегмент се истражува директната и индиректната, како и потенцијалната идна конкуренција;
3. **Анализа на трошоците** потребни за старт на бизнисот. Овој чекор е потребен при основањето на бизнисот затоа што бизнисот кој се сака да се основа може да излезе дека е прескап, а сопственикот да ги нема обезбедено потребните средства за покривање на трошоците. Еден од најчестите фактори за бизнисот да не успее претставува немањето доволно готовина, што ќе предизвика т.н. „удирање во финансиски сид“, пред да почне, или веднаш откако ќе почне да работи. Ова се јавува како резултат на влијанието на неколку поединечни фактори, како што се:
- **недоволната проценка на реалните трошоци за почеток на бизнисот и подоцнежното дознавање дека треба да се потроши повеќе од првичното планирање;**
 - **нереално очекување за ресурсите кои би можеле да се добијат затоа што основачите предочна дознале дека не постојат грантови и кредити за стартап;**
 - **заблуда на основачот дека ќе почне брзо да заработува;**
4. **Изработка на бизнис план.** Четвртиот чекор кој според овој модел треба да се помине пред да се основа сопствен бизнис е изработката на еден добар бизнис-план, кој е од голема помош откако бизнисот ќе почне формално да работи. Бизнис планот претставува формален извештај кој е составен од одредени цели и план за постигнување на тие цели;
5. **Развивање на бизнис менаџмент тим** претставува процес во кој основачот ги бира потребните менаџмент кадри при основање на бизнисот, како што се: сметководител, правник, осигурителен агент, кадровски тим и сл., кои му помагаат во формално-правните и останатите работи. Секој основач, пред да основа сопствен бизнис е запознаен со сопствените технички вештини и специфични знаења или искуства кои тој ги има, но и со празнините и недостатоците кои тој ги има во своето знаење;
6. **Комплетирање на списокот за проверка за почнување на бизнисот.** Овде се формира и се финализира самиот бизнис ентитет, со тоа што се одлучува за различни прашања, како што се: името на ентитетот, правната структура, плаќањето на потребните даноци, осигурувањето и сл. Претходно селектираниот менаџмент тим му дава целосна помош

и знаење на основачот во финализирање на овие сегменти и прашања, а тој е задолжен финасиски да ги подмири;

7. **Набавка на финансии**, позајмувања, кредитирање и сл. Најчест извор на финансии се сопствените заштеди и приходи, но основачот пред овој чекор нив веќе ги има обезбедено.

ЗАКЛУЧОК

Семејните бизниси најчесто се долгорочно ориентирани или се темелат на визијата на основачот дека бизнисот кој го создава ќе живее долги години и ќе обезбедува работни места и егзистенција за членовите на семејството.

Квалитетот на производите и услугите, како и мотивацијата на вработените се многу битен фактор во успешното работење на претпријатијата, а особено со најголем акцент во семејните бизниси.

Доколку квалитетно работење подразбира коректно и правилно извршена работа, тогаш се чувствува мотивираност кај вработените, развивање на индивидуални способности и вештини инкорпорирани во семејниот бизнис. Квалитет на производот или услугата се одредува преку севкупноста на особините и карактеристиките на производот или услугата кои ги носат во себе за да ги задоволат бараните и зацртаните потреби. Тоа не е нешто што е скапо, па да се оцени дека е квалитет, но тоа што клиентот го бара и му треба и ги исполнува неговите потреби. Мотивацијата е битна алатка во работењето на секое претпријатие, бидејќи преку мотивацијата се настојува да се влијае врз однесувањето на вработените, се настојува да се поттикнат вработените на што поголемо залагање во извршувањето на работните задачи.

Користена литература:

- [1] Kordić, B., Pajević, D. (2007), Opšta psihologijasa socijalnom psihologijom;
- [2] Lakhali, L., Pasin, F., Limam, M., Quality management practices and their impact on performance, International Journal of Quality & Reliability Management, бр.23, Јуни, 2006;
- [3] Maguad, Ph. D. Ben, Krone, Ph. D. Robert, Managing for Quality in Higher Education, A Systems Perspective, 2012;
- [4] Automotive Quality Systems Handbook, David Hoyle, 1ro издание, 2000, Butterworth-Heinemann Ltd;
- [5] Трајко Мицески, Штип, 2009 год., „Менаџмент“ (интерен авторизиран материјал);
<http://www.naijaonlinebiz.com/factors-to-consider-when-starting-a-small-business/>
www.napag.mk/wp/
<http://www.sbdcmichigan.org/wp-content/uploads/2014/01/Guide-to-Starting-and-Operating-a-SmallBusiness-2014v2.pdf>

ИНИЦИЈАЛНА ЈАВНА ПОНУДА - ИЈП**Викторија Јакимова¹, Професор д-р Јанка Димитрова²**¹ Постдипломец на Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип,
jakimova_viktorija32@yahoo.com² Економски факултет, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип,
janka.dimitrova@ugd.edu.mk**Краток извадок**

Во берзанското секојдневие познати се настаните кои се поврзани со иницијална понуда на акции на пазарот на капитал, или IPO (Initial Public Offering). Во суштина, иницијалната понуда значи отварање на друштвото спрема јавноста, односно инвеститорите. Со иницијалната понуда, едно трговско друштво кое постоело и функционираше како друштво со ограничена одговорност, односно мало акционерско друштво, со релативно помал капитал и број на сопственици, станува акционерско друштво поседувано од јавноста со поширок круг на акционери. Најчесто, иницијална понуда на акции на пазарот се користи од компании кои имаат намера обезбедување дополнителен капитал за финансирање на понатамошниот сопствен развој.

Во Република Македонија постапката за издавање на хартии од вредност е регулирана со Законот за хартии од вредност и подзаконски акти донесени од Комисијата за хартии од вредност. Во случаите кога некое друштво преку иницијална јавна понуда изврши успешна продажба на хартии од вредност, истото друштво станува друштво со посебни обврски за известување кон Комисијата за хартии од вредност.

Клучни зборови: *пазар на капитал, хартии од вредност, берза, профит, инвестирање, акции*

INITIAL PUBLIC OFFER – IPO**Viktorija Jakimova¹, Associate Prof. Janka Dimitrova²**¹ graduate of Faculty of economics University „Goce Delcev” Stip,
jakimova_viktorija32@yahoo.com² Faculty of economics University „Goce Delcev” Stip,
janka.dimitrova @ugd.edu.mk**Abstract**

In the everyday life of the stock exchange, the events that are related to the initial offering of shares on the capital market, or IPO (Initial Public Offering) are known. Basically, the initial offer means opening the company to the public, ie investors. With the initial offer, a trading company that existed and functioned as a limited liability company, ie a small joint stock company, with relatively smaller capital and number of owners, becomes a joint stock company owned by the public with a wider range of shareholders. Most often, the initial offer of shares on the market is used by companies that intend to provide additional capital to finance further own development.

In the Republic of Macedonia, the procedure for issuing securities is regulated by the Law on Securities and bylaws adopted by the Securities and Exchange Commission. In cases when a company successfully sells securities through an initial public offering, the same company becomes a company with special obligations to report to the Securities and Exchange Commission.

Keywords: capital market, securities, stock market, profit, investment, stocks

1. Вовед

Сите компании се соочуваат со проблем со собирање на потребниот капитал за раст и развој и одлуката за финансирање на компанијата се појавува како значајна, во нејзиниот понатамошен развој. Компаниите денес работат во исклучително конкурентно и иновативно опкружување, во кое се вбројуваат воспоставување и одржување на конкурентни предности во форма на ниски трошоци и диференцијација како клучен фактор, ако сакаат да останат на пазарот на долг рок. Постојат различни начини за мобилизација на дополнителни финансиски средства како што се од:

- задржана заработка од претходните години,
- банкарски заеми,
- емисија на обврзници,
- стратешки партнери или
- иницијална јавна понуда на акции.

Јавната понуда на хартии од вредност е јавен повик за купување на хартии од вредност објавен во средствата за јавно информирање. Првата јавна понуда на хартии од вредност објавена од акционерско друштво или јавна понуда при преобразба на друштво со ограничена одговорност и друштво со ограничена одговорност од едно лице во акционерско друштво е Иницијална јавна понуда - ИЈП (Initial Public Offer – IPO).

Иницијалната јавна понуда, односно од примарната емисија на акции е сложен процес. Процедурата за емитирање на хартии од вредност е прилично комплексна, па затоа во современите банкарски системи истата се реализира како посебна функција – инвестиционо банкарство. Емитентите најчесто се потпираат на услугите на инвестициските банки, кои постапката ја водат од идеја до реализација на примарната емисија на акции.

Процесот на иницијалната јавна понуда на хартии од вредност почнува со одлуката за видот на понудата до инвестициската јавност. Деловниот субјект, во консултации со инвестициската банка и брокерите го утврдува оптималниот вид и структура на понудените акции и начинот на нивната дистрибуција.

2. Преглед на процесот на Иницијална Јавна Ппонуа - ИЈП

ИЈП е првата продажба на акциите на компанијата во јавноста и нивното појавување на берзата. Постојат различни аспекти за да се објасни ИЈП. Компаниите се одлучуваат за иницијална јавна понуда за да добијат основачки капитал, со цел да се финансираат нови проекти и да се зголеми нивната кредитна способност. Друг важен фактор за акционерите е готовината, зголемување на ликвидноста на компанија и многу други фактори. Со иницијалната понуда едно трговско друштво кое постоело и функционираше како друштво со ограничена одговорност, односно мало акционерско друштво, со релативно помал капитал и број на сопственици, станува акционерско друштво поседувано од јавноста со поширок круг на акционери.



Процесот на иницијална јавна понуда почнува со одлуката за видот на понудата до инвестициската јавност. Деловниот субјект во консултации со инвестициската банка и брокерите го утврдува оптималниот вид и структура на понудените акции и начинот на нивната дистрибуција. Основна задача на инвестиционата банка во процесот на ИЈП да го одреди видот на акциите кои ќе бидат емитирани – дали ќе бидат обични или преференцијални, цена по која ќе бидат понудени на јавноста и тајмингот на понуда на пазарот. При одредување на цената на акциите потписникот на емисијата особено води сметка за финансиската состојба на компанијата, нејзината профитабилност, стапката на раст, степенот на доверба кај инвеститорите и др.

За успешна реализација на иницијалната јавна понуда на акции, компанијата емитент треба да има:

- стабилна пазарна и финансиска позиција,
- реални можности за развој, препознатлив бренд,
- одредено ниво на профитабилност,
- кадровска структура која одговара на дејноста на компанијата,
- меѓународно сертифициран процес и производи, како и
- воспоставено ефикасен механизам на деловно и финансиско известување и интерна контрола.

3. Предности на Иницијалната Јавна Понуда

Постојат многу причини зошто компаниите одлучуваат за ИЈП, како што се собирање средства надвор од банкарскиот систем или намалување на долгот. Понатаму, компанијата што издала или веќе е влезена во јавност има пониски трошоци за капитал и е во подобра позиција кога преговара за каматни стапки со финансиски институции или банки.

Една од главните причини зошто компаниите одлучуваат за ИПО е да соберат пари за финансирање на деловните активности. Меѓу најважните причини зошто компаниите одлучуваат за ИПО може да бидат следниве: можност за добивање на потребниот капитал-Иницијалната јавна понуда им овозможува на компаниите да се стекнат со капитал за финансирање на раст и развој на компанијата, Набавка на голем износ на готовина за раст на компанијата (без разлика дали е внатрешна или преку превземања), зголемен маркетинг, поголемо истражување и развој и проширени производи, пристап до јавните пазари на капитал по ИПО, што генерално им овозможува на компанијата да подигнува пари побрзо со помалку трошоци и поголема флексибилност отколку во приватни пазари.

4. Недостатоци на Иницијалната Јавна Понуда

Иницијалната јавна понуда покрај многубројните предности има и недостатоци кои можат да се појават и пред финализирањето на ИЈП процесот. Процесот на имплементација трае многу време и е доста скап. Трошоците за имплементација се движат од 10 до 20 % од вкупните собрани средства. По ИЈП, компанијата исто така се соочува со зголемени трошоци поради зголемените барања за известување и посложени даноци.

Меѓу најважните недостатоци на ИПО може да се набројат:

- губење на сопственоста – преку продажба на акции преку иницијална јавна понуда,
- компанијата стекнува нови акционери, со што основачот и единствениот сопственик кој ја губи целосната контрола врз работењето на компанијата,
- губење на доверливост, флексибилност и контрола - Комисијата за хартии од вредност бара од јавните компании да ги објават сите оперативни детали до јавноста, вклучувајќи ги и чувствителните информации за нивните пазари, профитните маржи и идните планови,
- трошоците за ревизија и известување - по спроведувањето на ИПО, друштвото има обврска да објавува финансиски извештаи, да ангажира друштво за ревизија и да објавува ревизорски извештаи, да подготвува и објавува извештај за деловниот, полугодишен или квартално деловно известување,
- зголемени трошоци за сметководство и др.

5. Главни чекори при процесот на Иницијалната Јавна Понуда

Доколку една компанија се одлучи за ИЈП, постојат многу чекори кои се главни и многу важни.

- Чекор 1: Избор на инвестициона банка со добра репутација – која ќе ја советува компанијата за ИЈП,
- Чекор 2: Сметководство – сметководителите и ревизорите да направат преглед на финансиски извештаи на компанијата за да се процени дали се исполнуват стандардите за јавна понуда.
- Чекор 3: Права на ликвидност - детално мора да се прегледаат договорите за права на акционерите и нивната регистрација со цел да се утврди дали секој акционер има право да продава акции во ИЈП, и план за давање соодветно известување на тие акционери.
- Чекор 4: Борд на директори - треба да се прегледа одборот на директори, дали одговара на потребите на компанијата, дали одборот има доволно независни директори.
- Чекор 5: комуникации - многу важен чекор при ИПО процесот е добрата комуникација - внатрешната комуникација помеѓу вработените и надворешната комуникација со јавноста
- Чекор 6: Цени - на денот пред датумот на стапување на сила, друштвото за издавање и осигурувачот одлучуваат за понудата цена (т.е. цената по која акциите ќе ги продава друштво за издавање на хартии од вредност) и прецизниот број на акции што треба да се продадат. Доколку цената на акциите со емисија преку ИЈП е пониска, инвеститорите на ИЈП очекуваат пораст на цената на акциите на денот на понудата.
- Чекор 7: Промоција - процес на презентирање на компанијата на инвеститорите преку различни презентации или индивидуални состаноци со инвеститорите. Оние компании кои сакаат да го промовираат процесот на ИЈП на домашните и на странските инвеститори, потребно да одржат презентации на компанијата и во земјата и во странство.
- Чекор 8: Премин кон пазарна конкуренција - конечната фаза од процесот на ИЈП, премин кон конкуренцијата на пазарот, започнува 25 дена по иницијалната јавна понуда. По истекот на периодот од 25 дена, осигурителите можат да обезбедат проценки во врска со заработувачката и вреднувањето на издавачката компанија.
- Чекор 9: Изготвување проспект - документ кој ги содржи сите информации потребни за инвеститорот за подобро да се процени сосостојбата на капиталот и долговите на друштвото, финансиската состојба и можностите за развој на компанијата. Секоја компанија која издава нови акции преку јавна понуда мора да подготви проспект и јавно да го објави. Со анализирање на проспектот инвеститорот може да ги процени ризиците и придобивките и да донесе одлука за инвестирање.

Проспектот како формален правен документ во Република Македонија се бара и поднесува до Комисијата за хартии од вредност, кој дава детали за инвестицијата што се нуди за продажба на јавноста. Во интерес на пазарот на хартии од вредност е обезбедување на јасни, навремени и веродостојни информации кои ќе бидат подеднакво достапни за сите заинтересирани страни. Објавувањето на информациите за компанијата кои ги содржи проспектот е особено важно бидејќи всушност тие информации може да влијаат на одлуката на инвестирање.

6. Донесување одлука за Иницијална Јавна Понуда

При мерењето на придобивките и трошоците за преземање на иницијална јавна понуда, компанијата исто така треба да ги оценува алтернативите за постигнување на подигнување

на капиталот на компанијата, ликвидноста или други цели, како што е приватна продажба на хартии од вредност на друштвото, банка, договори за корпоративно партнерство или спојување и продажба на компанијата.

Во последната анализа, пред да се утврди да се продолжи со ИЈП, компанијата треба да ги процени трошоците и придобивките од сите достапни алтернативи за исполнување на нејзините корпоративни цели и извршување на детална проценка за подготвеност на компанијата за преземање на процесот на иницијална јавна понуда. Сепак, одлуката за иницијална јавна понуда бара значително стратешко планирање и анализа од реална и бизнис перспектива.

7. Успешни приказни за Иницијална Јавна Понуда –ИПО во светски рамки

Во светот постојат успешни приказни за јавна понуда една од нив е онлајн пазарот наречен Alibaba¹, која е основана во 1999 година, а во септември 2014 била спроведена најголемата иницијална јавна понуда на акциите на Њујоршката берза и станала една од највредните технолошки компании во светот, која воедно собрала 25 билиони долари што претставувала најголемата иницијална јавна понуда во американската финансиска историја и со што Alibaba станала една од најпрестижните компании во светот².

Табела 1. Иницијална јавна понуда на акциите на Alibaba
Table 1. Alibaba's initial public offering

Дата	Отварање	Највисока цена	Најниска цена	Затворено
19.09.2014	92,70	99,70	89,95	93,89

Извор: Њујоршка берза, (NEW YORK STOCK EXCHANGE)

Друг пример за најголемо IPO во областа на социјалните мрежи е компанијата LINKEDIN. Renren, кој бил познат и како Кинески Facebook, откако излегол во јавноста, вредноста на компанијата по успешно извршената иницијална јавна понуда пораснала на 743.4 милиони долари. LinkedIn во Јануари 2011 година ја објавил својата намера за иницијална јавна понуда. Бизнис ориентационата мрежа прибрала повеќе од 350 милиони долари, со што станала една од најголемите ИПО во сферата на професионалните социјални мрежи и втора во големина во секторот на информатичката технологија

Друга компанија која што постигнала рекордна иницијална јавна понуда и на и на тој начин се претставила како иден доминантен глобален играч и креатор на иднината на глобалната економија е Google, кој во 2004 година постигнал рекордно високо ИПО, со што започнал висок пораст на цените на акциите на берзата Nasdaq, од првично 51 американски долар на 18 април 2004 година на 821 долар на 29 март 2017 година. Google е глобален лидер во технологијата фокусиран на подобрување на начините како луѓето да се поврзат со информациите. Нивните иновации во веб пребарување и рекламирање го направиле Google врвна веб-страница, врвна интернет - дестинација и нивниот бренд е еден од најпознатите и признати во светот.

¹ <https://www.alibaba.com>

² Алибаба е најголема кинеска компанија за интернет-трговија.

ЗАКЛУЧОК

За успешна реализација на иницијалната јавна понуда на акции, компанијата емитент треба да има пред се стабилна пазарна и финансиска позиција, препознатлив бренд, реални можности за развој, одредено ниво непрофитабилност, кадровска структура која одговара на дејноста на компанијата, професионални, партнерски и корпоративни односи со опкружувањето, меѓународно сертифициран процес и производи, како и да има воспоставен ефикасен механизам на деловно и финансиско известување и контрола. Од особена важност во процесот на издавањето на ИПО е да се издаде проспект, со кој ќе се запознае потенцијалната инвеститорска јавност со плановите на компанијата, која сака да направи иницијална јавна понуда на акции и ќе ги содржи сите аспекти, податоци и информации.

Во Република Македонија досега нема Иницијална јавна понуда на акции преку која компаниите ќе ги финансираат своите развојни планови и проекти и не се креирани и понудени нови инструменти на пазарот на капитал. Инвеститорите се уште ги користат традиционалните извори на капитал - земање кредити од страна на банките кои се особено популарни во последните неколку години.

Користена литература

- [1] Димитрова Ј, Колев З, „ХАРТИИ ОД ВРЕДНОСТ“ Електронски учебник, Универзитет Гоце Делчев ,Штип, 2016;
- [2] Димитрова Ј, „Македонскиот пазар на капитал“– состојби и перспективи,, Монографија, Универзитет Гоце Делчев ,Штип, 2015;
- [3] Пендовска В. „Развој на македонскиот пазар на капитал“ Комисија за хартии од вредност, Скопје, 2004
- [4] Шукаров Мирољуб , Ивановски Зоран: „ Хартии од вредност и портфолио менаџмент “, Европски универзитет , Скопје, 2005.
- [5] Колев З. „Примарен пазар на капитал и иницијална јавна понуда”, Скопје, 2011.
- [6] Комисија за хартии од вредност; Развој на македонскиот пазар на капитал, 2004.
- [7] Закон за хартии од вредност.
- [8] Masic.B., „Menadzment”, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2010
- [9] Eric.D., „Finansijska trzista I instrumenti (vtoro izmenjeno I dopunjeno izdanie)“Beograd,2003

**„АНАЛИЗА НА ФИНАНСИСКИТЕ ИЗВЕШТАИ СО ПОСЕБЕН ОСВРТ НА
ПРИМЕНАТА И ВЛИЈАНИЕТО НА МЕЃУНАРОДНИОТ СТАНДАРД ЗА
ФИНАНСИСКО ИЗВЕСТУВАЊЕ 16-НАЕМИ“**

Елена Зафировска Ѓорчевска¹

**¹Студент на постдипломски студии на Економски факултет,
Универзитет „Гоце Делчев“, Крсте Мисирков 10, Штип, Македонија
elena.208650@student.ugd.edu.mk**

Апстракт

„Финансиската анализа е евалуација на деловна активност со цел да се утврди нејзината профитабилност, обврски, силни стани и потенцијал за идна заработка. Може да се користи широк спектар на техники да се процени финансиската одржливост на една организација, вклучително и најчестите методологии на хоризонтална анализа, вертикална анализа и анализа на односот. Повеќе аналитички методи вклучуваат аналитичките методи на компанијата, внатрешни и надворешни ревизии и истраги.

Финансиската анализа е клучен аспект на целата трговска активност бидејќи овозможува активен увид во состојбата и идниот потенцијал на компанијата. Овие информации не само што им даваат на инвеститорите и на работодавателите критични податоци што можат да влијаат на цената на залихите или каматните стапки, туку им овозможуваат на менаџерите на компаниите да ги мерат нивните перформанси во однос на очекувањата или растот на индустријата. Од гледна точка на управување, финансиските анализи се клучни за успехот на компанијата затоа што истакнуваат слабости и јаки страни кои директно влијаат на конкурентноста.

Меѓународните сметководствени стандарди/Меѓународните стандарди за финансиско известување (МСС/МСФИ) се користат за стандардизирање на сметководствените податоци и податоците во финансиските извештаи се со цел стејкхолдерите да добијат објективна информација за профитабилноста и успешноста на компанијата”.

Клучни зборови: *финансиска анализа, финансиски извештаи, аналитички методи, ревизија, финансиски стандарди, финансиска одржливост*

**ANALYSIS OF THE FINANCIAL STATEMENTS WITH SPECIAL REFERECE
TO THE APPLICATION AND IMPACT OF THE INTERNATIONAL FINANCIAL
REPORTING STANDARD 16-LEASES**

Elena Zafirovska Gjorchevska

**Postgraduate student at Faculty of Economics, “Goce Delcev” University, Stip, Macedonia
elena.208650@student.ugd**

Abstract

“Financial analysis is the evaluation of a business in order to determine its profitability, liabilities, strengths and future earnings potential. A wide variety of techniques may be utilized to assess an organization’s financial viability including the most common methodologies of horizontal analysis, vertical analysis and ratio analysis. Most analytical methods involve the company’s financial statements, internal or external audits, and investigations.

Financial analysis is a critical aspect of all commercial activity as it provides actionable insights into the organization’s health and future potential. Not only does this information provide investors and lenders with critical data that may affect the price of stocks or interest rates, these reports also allow company managers to gauge their performance with regard to expectations or industry growth. From a management

point of view, financial analyses are critical to the success of the company because they highlight weaknesses and strengths that directly affect competitiveness.

International Accounting Standards / International Financial Reporting Standards (IAS / IFRS) are used to standardize accounting data and financial statement data in order for stakeholders to obtain objective information about a company's profitability and success".

Key words: *financial analysis, financial statements, analytical methods, auditing, financial standards, financial sustainability*

1. Вовед

Финансиската анализа се однесува на проценката на одржливоста, стабилноста и профитабилноста на бизнисот, подпроизводство или проект. Ја изведуваат стручни лица кои подготвуваат финансиски извештаи користејќи стапки кои користат информации превземени од финансиски извештаи. Овие извештаи се презентираат на највисокото раководство како една од нивните основи за донесување на деловни одлуки.

Терминот финансиска анализа се однесува на прибирање на финансиски податоци за деловна активност, а потоа правење споредби меѓу различни варијабли во повеќе финансиски извештаи или низ цела деловна активност. Финансиските коефициенти им овозможуваат на деловните менаџери и инвеститори да воспостават логички математички односи помеѓу различни варијабли кои се наведени во финансиските извештаи.

Главниот извор на финансиски информации за деловно работење ќе бидат четирите основни финансиски извештаи: Биланс на состојба, Биланс на успех, Извештај за парични текови, Извештај за акционерски капитал. Фусотите што менаџерскиот тим ги вклучува во финансиските извештаи исто така можат да послужат како вреден извор на квалитативни информации кои ќе помогнат да се разбере мислата на сопствениците на деловната активност или тимот на управување како и идната стратешка насока за бизнисот.

При извршување на финансиска анализа важно е да се испитаат и да се земат предвид и другите извори на податоци покрај финансиските извештаи за деловна активност. Другите извори на податоци што можат потенцијално да влијаат на конкретниот бизнис или економијата како целина ќе играат значајна улога во разбирањето на макро прегледот на високо ниво на тековната состојба на бизнисот, трендовите на кои е изложен како и утврдување на идната насока на бизнисот¹.

2. Дефинирање на поимот финансиска анализа и финансиско известување

Финансиските извештаи на претпријатијата претставуваат најзначаен извор на информации за нивното работење и за остварените резултати. Ваквите информации се од големо значење како за интерните, така и за екстерните корисници при донесувањето на деловните одлуки. Така, кредиторите врз основа на финансиските извештаи ја утврдуваат профитабилноста на компанијата, менаџерите тргнувајќи од резултатите прикажани во финансиските извештаи ги подготвуваат деловните планови за наредниот период. Капиталните инвеститори пак, тргнувајќи од профитабилноста на компанијата, од ризикот од инвестирањето, од традицијата за исплаќање на дивиденди (информации кои се содржани во финансиските извештаи) донесуваат одлуки за инвестирање во една компанија.

Финансиската анализа има задача да ја објасни релацијата помеѓу одделните ставки на финансиските извештаи кои, комбинирани на најразлични начини, даваат значајни информации поврзани со ликвидноста, задолженоста, профитабилноста и сл. Тргнувајќи од овој факт, особено е јасно зошто се посветува големо внимание токму на финансиската анализа, како и на финансиските показатели и методи кои се користат при нејзино спроведување.

¹ Univerzitet Singidinum Beograd, www.singidinum.ac.rs.

Финансиските аналитичари и инвеститорите имаат пристап до огромен број 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 компаниите задолжително ги составуваат и публикуваат. Основни финансиски извештаи се: Билансот на состојба, Билансот на успех, Извештајот за готовински текови и Извештајот за промена на капиталот. 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.

Финансиските аналитичари при спроведувањето на финансиската анализа пресметуваат голем број финансиски показатели за оценка на оперативното и финансиско работење на компаниите. Токму овие показатели даваат информации за добивката која ја остварува компанијата 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 заработувачката по акција и многу други значајни информации.

Оттука и актуелноста на проблематиката и значењето на ефикасната анализа на финансиските извештаи на компаниите, без која не може да се обезбеди сигурна основа на објективни и веродостојни информации, неопходни за квалитетно деловно одлучување².

Финансиската анализа претставува една алатка за препознавање на клучните елементи од извештаите, која преку сетот на финансиски показатели и нивното толкување придонесува за евалуација на тековното работење, идентификување на проблемите/областите на потенцијалните можности, развивање на буџети и имплементирање на идни стратегии кои водат кон профитабилност, солвентност и ликвидност во работењето на компаниите.

Финансиската анализа исто така претставува селекција, евалуација и интерпретација на финансиски податоци и други релевантни информации кои овозможуваат проценка на оперативните перформанси и финансиската состојба на компанијата или индустријата.

Сè што работи еден бизнис всушност се отсликува во финансиските извештаи. Бидејќи тие може да бидат сложени, преку финансиската анализа треба да се сведат на разбирливи показатели за менаџерите и останатите стејкхолдери.

Клучни елементи на финансиската слика на едно претпријатие можат да се пронајдат во трите основни финансиски извештаи и тоа Биланс на успех, Биланс на состојба и Извештај за паричните текови. Препознавањето на овие елементи во извештаите е потпомогнато преку сет на финансиски показатели кои во една заедничка спрега можат да дадат одговор на прашањата за тоа дали и колку едно претпријатие е профитабилно, ликвидно, солвентно и дали има или одржува долгорочна успешност на бизнисот.

Оперативното работење на компанијата е мерка за тоа колку добро таа ги користи своите средства, како материјални, така и нематеријални, во создавање принос на инвестиционите вложувања. Финансиската состојба на компанијата е мерило за нејзината способност да ги извршува обврските и да ги плаќа каматите во предвидените временски рокови.

Потребно е да се нагласи дека поимот финансиска анализа се разликува од поимот финансиско известување. Финансиското известување претставува прибирање и презентација на тековни и историски финансиски информации за работењето на компанијата. Исто така, со финансиското известување се врши предвидување и проценка на идните настани. Финансиската анализа, од своја страна, мора да ги земе предвид сите релевантни економски информации кои може да влијаат врз работењето на економскиот ентитет, вклучени, но не и лимитирани во нивните финансиски извештаи.

² Ѓоргиева-Трајковска, О. и Колева, Б. (2017), „Анализа на финансиски извештаи“; Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип.

Функцијата на финансиската анализа е да им овозможи на оние кои партиципираат на финансиските пазари да формираат свои сопствени рационални очекувања за идните економски настани, посебно за вредноста, тајмингот и несигурноста на идниот готовински тек на компанијата. Преку овој процес финансиските аналитичари формираат мислења за апсолутната и релативната вредност на индивидуалните компании, донесуваат инвестициони одлуки или поттикнуваат тие да бидат донесени, на тој начин придонесувајќи за економски ефикасна алокација на капиталот. Одлуките за алокација на капиталот се донесуваат првенствено врз основа на споредби. Вредноста и периодот на идните готовински текови се во најголем дел непредвидливи и несигурни, па од тука и функцијата на финансиската анализа е да придонесе во надминување на таа неизвесност.

Финансискиот аналитичар треба да ги селектира релевантните информации за работењето на компанијата, да ги анализира и соодветно интерпретира, со цел добиените резултати да се користат во проценка на тековната и идната финансиска состојба и оперативното работење на компанијата. Правилната селекција на информациите бара детерминирање на тоа кои податоци и колку податоци се неопходни за анализа. Аналитичарот мора да ги скенира најголемиот дел од информациите кои се достапни и да ги селектира оние кои се релевантни за конкретната анализа. Тој мора да ги познава и квалитативните карактеристики на прибраните информации. Ова бара познавање на финансиското сметководство и на начинот како еден податок може и треба да биде презентираан.

3. Цели на анализата на финансиските извештаи

Целите на анализата на финансиските извештаи можат да се поделат на општи и посебни цели. Општите цели се однесуваат на согледување на способноста на компанијата за акумулирање на заработувачка, на нејзината финансиска состојба, парични текови и промена на капиталот, со цел за обезбедување на информации за потребите на корисниците (нарачателите) на анализата.

Со оглед на тоа дека корисници на финансиската анализа се стејкхолдерите, посебните цели на анализата на финансиските извештаи се однесуваат на задоволување на нивните информациски потреби. Терминот стејкхолдери (stakeholders) ја претставува секоја организација или поединец кои имаат интерес во работењето на компанијата чии финансиски извештаи претставуваат предмет на анализа.

Во сметководствените стандарди стејкхолдерите се нарекуваат корисници на финансиските извештаи и се делат на две групи: интерни (менаџери, вработени) и екстерни (акционери, инвеститори, кредитори, државни органи, деловни партнери, синдикати и други организации).

Посебните цели на анализата на финансиските извештаи можат да се разгледуваат и на друг начин, со доследно респектирање на Меѓународните сметководствени стандарди/ Меѓународните стандарди за финансиско известување (МСС/МСФИ).

Според рамката на МСС/МСФИ, основна цел на сметководството е да обезбеди информации за способноста на компанијата да создава пари и парични еквиваленти, како и информации за проценка на динамиката и извесноста на создавање на пари. Таа се дефинира како способност на корисниците (стејкхолдерите) со помош на сметководствените информации да дојдат до објективни податоци за тоа дали компанијата ќе исплатува дивиденди, камати, тековни обврски кон добавувачите за материјали, опрема, обврски кон фискалните органи (даноци), како и дали на време ги произведува и испорачува своите производи до купувачите.

Посебните цели на финансиската анализа се однесуваат на овозможување на основа за контрола и стимулативно деловно наградување на менаџментот и давање информации за дефинирање на рестриктивни клаузули и информации за нивното спроведување.

Како посебна цел на финансиската анализа се споменува и предвидувањето на идните парични текови кои компанијата е способна да ги генерира.

Финансиското известување треба да обезбеди корисни информации за сегашните и потенцијалните инвеститори, доверителите и за другите корисници, потребни за донесување рационални одлуки за инвестирање, кредитирање или слични одлуки. Информациите треба да бидат разбирливи за тие што имаат прифатливо разбирање за деловните и на економските активности, и кои сакаат да ги проучат информациите со прифатлива анализа. Надворешните корисници на финансиските информации опфаќаат широк ранг интереси, но можат да бидат класифицирани во три главни групи:

1. Кредитни и капитални инвеститори;
2. Влада (извршна и законодавна), раководни тела, даночни власти;
3. Групи со јавен и посебен интерес, работнички синдикати и групи потрошувачи.

Главната цел на финансиската анализа е компаративно мерење на ризикот и приносот, потребно за донесување одлуки за инвестирање или кредитирање. Главната цел на финансиските извештаи што даваат објаснување за минатото е да обезбедат една основа за проектирање на идните заработувачки и паричните текови на компанијата.

Капиталните инвеститори се примарно заинтересирани за заработувачката способност на компанијата на долг рок, можноста за нејзин пораст и, конечно, нејзината способност да исплаќа дивиденди и да ја зголемува својата вредност. Откако капиталните инвеститори ќе се соочат со резидуалниот ризик во претпријатието, најголемиот и најпроменливиот ризик, за секој корисник најразбирливи се анализата и употребените техники од сите други надворешни корисници.

Доверителите донекаде бараат поразличен аналитички пристап. На пример, краткорочните доверители, банките и добавувачите ѝ даваат поголемо значење на моменталната ликвидност во бизнисот, поради тоа што бараат брзо враќање на својата инвестиција.

Корисноста на сметководствените информации за донесувањето на одлуките од инвеститорите и доверителите е предмет на голем број академски истражувања во последните тринаесет години. Некои истражувачи аргументираат дека финансиските податоци за инвеститорите се корисни само во однос на оцена на карактеристиките на ризикот на компанијата. Во голема мера, ова сознание е под влијание на финансиската литература и преовладувачкото прифаќање на хипотезите за ефикасниот пазар.

Други аргументираат дека влијанието на сметководството, само по себе, не е многу големо врз содржината на информацијата, туку повеќе врз „економските последици“ на компанијата што произлегуваат од договорите (имплицитно или експлицитно), што се базираат или произлегуваат од сметководствените варијабли.

Како и да е, разбирањето на концепциската основа на системот на финансиско известување и подготвувањето на финансиските извештаи е основен предуслов за квалитетна финансиска анализа³.

4. Примена на Меѓународните сметководствени стандарди и Меѓународните стандарди за финансиско известување

Финансиските извештаи се клучни при регулирањето на деловните односи меѓу деловните субјекти на меѓународно ниво, односно меѓу останатите национални економии. За да се надминат разликите меѓу сметководствените системи на одделни земји треба да се олесни процесот на комуницирање и да се воспостави еден вид хармонизација. Со хармонизацијата се олеснува и се подобрува меѓусебното комуницирање и разбирање, особено во делот на финансиското работење меѓу деловните субјекти од различни национални економии.

Голем напредок на македонскиот сметководствен систем е забележан по донесувањето на законските прописи за примена на Меѓународните сметководствени стандарди, со што

³ Accounting Tools, Accounting CPE Courses & Books; www.accountingtools.com;

се постигна и повисок степен на хармонизација во самото сметководство кај нас, односно приближување до меѓународната сметководствена практика. За да може македонскиот сметководствен систем да се прилагоди на барањата на меѓународните деловни односи, пред сè, мораше да се прифати процесот на хармонизирање на сметководствената практика и финансиското известување. Со прифаќањето на прописите, напредокот и придобивките беа неизбежни и непосредни, бидејќи се елиминираа недоразбирањата околу финансиските искази меѓу нашите компании и на странските деловни партнери, со што меѓусебното комуницирање доби забрзан тек. Меѓународните сметководствени стандарди најтесно се поврзани со финансиските извештаи, односно тие се однесуваат на содржината, структурата и решенијата што се однесуваат на подготовката и презентацијата на финансиските извештаи. За да се постигне подобро сметководствено дејствување, според Одборот за меѓународни сметководствени стандарди (ОМСС), се предвидени четириесет подрачја од каде што може да се дејствува.

Но, за да се добие поголема прегледност, Одборот за меѓународни сметководствени стандарди обезбедил посебен сметководствен стандард за секое подрачје од сметководственото дејствување. Иако се користи иста сметководствена методолошка постапка, при обработката на одделни стандарди сепак се јавуваат разлики, бидејќи секој стандард има различна содржина и третира различна проблематика⁴.

5. Меѓународен стандард за финансиско известување (МСФИ) 16 – Наеми

Во јануари 2016 година, Одборот за меѓународни сметководствени стандарди (IASB-International Accounting Standard Board) го издаде МСФИ 16 „Наеми“, со важечки датум од 1 јануари 2019 година. Со тоа започнува новата ера на сметководството за наеми - барем за страната на закупецот. Додека, според претходното регулирање на МСС 17 „Наеми“, закупецот морал да направи разлика помеѓу финансиски закуп (во Билансот на состојба) и оперативен закуп (вонбилансно), новиот модел бара закупецот да ги препознае речиси сите Договори за закуп во Билансот на состојба, со одредени изборни исклучоци кои се за одредени краткорочни закупи и закупи на средства со ниска вредност. За закупецот кој склучил договори класифицирани како оперативни закупнини според МСС 17, ова може да има огромно влијание врз финансиските извештаи.

Новиот стандард ќе влијае на односот обврски/капитал во Билансот на состојба. МСФИ 16 исто така ќе влијае на приходот, затоа што ентитетот сега треба да го признае трошокот за камата на обврската за закуп и амортизација на средството што го рефлектира правото на користење на закупеното средство. Поради ова, за Договори за закуп претходно класифицирани како оперативни закупнини вкупниот износ на трошоци на почетокот на периодот на закуп ќе биде повисок отколку според МСС 17. Друга последица од промените е дека ЕБИТ и ЕБИТДА ќе бидат повисоки за компаниите кои имаат оперативен закуп.

Исто така, промена ќе претрпи и Извештајот за парични текови. Плаќања за закупи кои се однесуваат на Договорите што претходно биле класифицирани како оперативен закуп веќе не се претставуваат како оперативни парични текови во целост. Само делот од исплатите за закуп што ја рефлектира каматата може да се претстави како оперативен готовински тек, во зависност од сметководствената политика на ентитетот во однос на плаќање на камати. Плаќања во готовина за главницата, дел од обврската за закуп се класифицирани во активности за финансирање.

Плаќањата за краткорочни закупнини, закупнини на средства со ниска вредност и варијабилни плаќања не се вклучени во обврската за закуп и се презентирани во рамките на оперативните активности.

Иако сметководството останува исто на страната на закуподавачите со промените направени од МСФИ 16 и тие треба да бидат внимателни и да ги следат новите насоки за

⁴ IFRS, International Financial Reporting Standards, www.ifrs.org

дефинирање на закуп, подзакуп и сметководство за продажба и закуп трансакции⁵.

5.1 МСС 17 – Финансиски и оперативен лизинг

Според МСС 17 – Сметководство на основниот лизинг на средства е на страната што превзема најголем дел од ризиците и наградите.

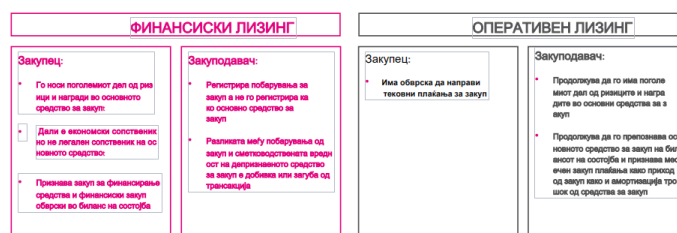
Ако закупецот има мнозинство ризици и награди тоа е финансиски закуп - во спротивно се класифицира како оперативен закуп.

Кај финансиски лизинг закупецот го носи поголемиот дел од ризици и награди во основното средство за закуп. Тој е економски сопственик, но не легален сопственик на основното средство. Признава закуп за финансирање средства и финансиски закуп обврски во Биланс на состојба.

Закуподавачот регистрира побарувања за закуп, а не го регистрира како основно средство за закуп. Разликата меѓу побарувања од закуп и сметководствената вредност на депризнаеното средство за закуп е добивка или загуба од трансакција.

Кај оперативен лизинг закупецот има обврска да направи тековни плаќања за закуп додека закуподавачот продолжува да го има поголемиот дел од ризиците и наградите во основни средства за закуп, продолжува да го препознава основното средство за закуп на Билансот на состојба и признава месечен закуп плаќања како приход од закуп како и амортизација трошок од средства за закуп.

(МСС 17) НАЕМИ - ФИНАНСИСКИ И ОПЕРАТИВЕН ЛИЗИНГ



Сл. 1. МСС17 Финансиски и оперативен лизинг

5.2. Промени со воведување на МСФИ 16

Кај закупецот има единечен сметководствен модел. Во Биланс на состојба признава право за користење на средство и обврска за закуп, а во Биланс на успех амортизација и трошоци за камата.

Закуподавачот применува двоен сметководствен модел прикажува финансиски лизинг и оперативен лизинг. Во Биланс на состојба во финансиски лизинг признава побарувања и приход од камата во Биланс на успех. Во оперативен лизинг во Биланс на состојба прикажува средства и готовина, а во Биланс на успех амортизација и приход.

МСФИ 16 - НАЕМИ СМЕТКОВОДСТВЕН АСПЕКТ



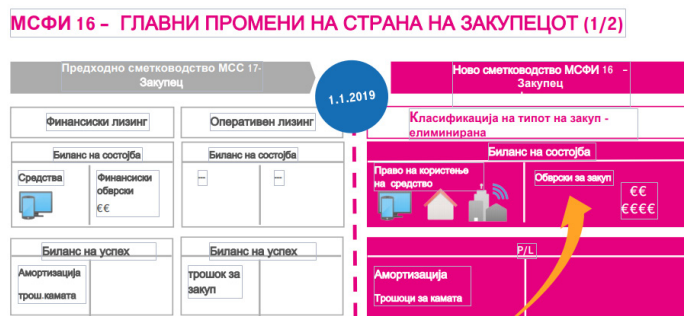
Сл. 2. МСФИ 16 сметководствен модел

⁵ PwC: Audit and assurance, consulting and tax services; www.pwc.com

5.3 Влијание на МСФИ 16 на страна на закупецот и финансиските извештаи

Главно влијание новиот стандард МСФИ 16 има на страната за закупецот. Според МСС 17 на страна на закупецот има поделба на финансиски и оперативен лизинг. Кај финансиски лизинг во Биланс на состојба има средства и обврски, а во Биланс на успех амортизација и трошоци за камата. Кај оперативен лизинг во Биланс на состојба нема промена додека во Биланс на успех се прикажува трошок за закуп.

Со воведување на новиот стандард МСФИ 16 нема класификација на типот на закуп, во Билансот на состојба се прикажува право за користење на средства и обврски за закуп, а во Билансот на успех амортизација и трошок за камата.



Сл. 3: МСФИ 16 влијание на страната на закупецот

5.4 Влијание на МСФИ 16 на финансиските извештаи

Со воведување на новиот стандард МСФИ 16 во *Билансот на состојба* се зголемуваат средствата за лизинг и финансиски обврски. Во *Биланс на успех* оперативните трошоци се намалуваат, а се зголемува финансискиот трошок додека во *Извештајот за парични текови* оперативниот одлив на готовина се намалува, а расте финансискиот одлив на готовина¹⁶.

Ова предизвикува зголемување на ЕБИТДА (заработка пред камата и даноци) како резултат на олеснување на работењето (ОРЕХ) и наместо тоа дополнителна ЕБИТДА (заработка пред камата и даноци) како резултат на неутрална амортизација и интерес.

Во *Биланс на успех* ЕБИТДА (заработка пред камата и даноци) се зголемува, слободна готовина се зголемува и нето долгот се зголемува.



Сл. 4: МСФИ 16 влијание врз одредени параметри во финансиските извештаи

ЕБИТДА (заработка пред камата и даноци) се зголемува како влијание од преминот од оперативен трошок кон инвестициони активности амортизација и камата. Слободна готовина се зголемува како резултат на премин од оперативна на готовина од финансиски активности. Нето долгот се зголемува како резултат од премин од вонбилансно прикажување во долг од инвестициски активности.

Во *Биланс на успех* новиот стандард МСФИ 16 има влијание на:

ЕБИТДА (заработка пред камата и даноци):

¹⁶ Isabel Klitzsch "IFRS 16 –LEASES@DEUTSCHELEKOM" Principles, Policies and Research Group Accounting Group Headquarters.

- Преку надоместоци за амортизација и трошок на камати кои се евидентирани наместо трошок за оперативен закуп;
- Амортизација и зголемување на каматата доведуваат до значително подобрување во ЕБИТДА (заработка пред камата и даноци).

Добивка од работење (ЕБИТ):

- Расходот на оперативниот закуп на МСС 17 се заменува со амортизација и камата. МСФИ 16 делот за расходи од камати се додава назад и го подобрува ЕБИТ (Добивка од работење).

Трошоци за камата:

- Признавање на трошоци за камата во обврска за закуп која беше вклучена со МСС 17 во оперативен трошок.

Во *Извештај на парични текови* новиот стандард МСФИ 16 има влијание на:

- Готовина од оперативни активности:

Сите каматни плаќања се евидентираат како намалување на готовина од оперативни активности. Подобрување не во иста мерка како ЕБИТДА (заработка пред камата и даноци); само главниот дел од плаќањата за закуп ја подобрува готовината; нема значајно влијание на МСФИ 16 како резултат на камата на плаќања.

- Готовина од финансиски активности:

Главниот дел на плаќања за лизинг ќе го зголеми нето паричниот тек од финансиски активности.

- Готовина од инвестициски активности:

Нема влијание МСФИ 16 врз овие активности.

Во *Биланс на состојба* новиот стандард МСФИ 16 има влијание на:

- Финансиски обврски:

Значајно зголемување на финансиските обврски поради зголемување на обврски за лизинг.

Зголемувањето на финансиските обврски води кон зголемување и на нето долгот.

- Средства:

Значителен пораст на вкупната актива како резултат на капитализацијата на активата за закуп на правото на користење.

- Капитал:

Во прилог на прилагодување на правото на користење на средства, повторниот дел од одложената закупнина се прилагодува на капиталот⁷.

Во принцип, средството за користење на правото се амортизира праволиниски за време на терминот на закуп.

Камата за закупната обврска и варијабилните плаќања што не се вклучени во обврската за закуп се признати во Биланс на успех.

⁷ Norbert Panek, IFRS 16 – LEASES@DEUTSCHELEKOM Principles, Policies and Research Group Accounting Group Headquarters.

ЗАКЛУЧОК

За многу компании, закупнините играат клучна улога во нивното деловно работење. Меѓутоа, затоа што повеќето трансакции за закуп денес се во Вонбилансен извештај, сметководството за закуп според тековните стандарди за закуп честопати не бара значителен напор.

Новиот стандард ќе бара од компанијата да направи нешто повеќе отколку едноставно да ги конвертира постојните обелоденувања на оперативниот закуп за да ги одрази закуп на средства и обврски. Неговата имплементација може да резултира во промени во политиките, процесите, контролите и ИТ системите кои поддржуваат сметководство за закуп и евентуално набавка за закуп, администрација за закуп и данок.

Компаниите исто така може да сакаат да ги земат предвид импликациите за финансиски извештаи и метрика, бидејќи тие преговараат за договори што се или може да содржат закуп. Овие активности ќе бараат вклучување од најразлични оддели низ компанијата⁸.

Користена литература:

- [1] Ѓоргиева-Трајковска, О. и Колева, Б. (2017), „Анализа на финансиски извештаи“; Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип;
- [2] Isabel Klitzsch, “IFRS 16 –“LEASES@DEUTSCHELEKOM” Principles, Policies and
- [3] Research Group Accounting Group Headquarters;
- [4] Norbert Panek, IFRS 16 –“LEASES@DEUTSCHELEKOM” Principles, Policies and
- [5] Research Group Accounting Group Headquarters; Accounting Tools, Accounting CPE Courses & Books; www.accountingtools.com; IFRS, International Financial Reporting Standards, www.ifrs.org
- [6] PwC: Audit and assurance, consulting and tax services; www.pwc.com
- [7] Leases | A summary of IFRS 16 and its effects | May 2016; Univerzitet Singidinum Beograd, www.singidinum.ac.rs.

⁸ Leases | A summary of IFRS 16 and its effects | May 2016.

